

Volume 4 • 2022

Jahangirnagar University

Journal of Journalism and Media



Department of Journalism and Media Studies

JOURNAL OF JOURNALISM AND MEDIA
Volume 4 • 2022



Department of Journalism and Media Studies
Jahangirnagar University, Savar, Dhaka
Bangladesh

JOURNAL OF JOURNALISM AND MEDIA

Volume 4 • 2022

Published in March 2023

Editorial Board

Editor : Rakib Ahmed

Members : Dr. Golam Rahman
Dr. Abu Jafar Md. Shafiul Alam Bhuiyan
Dr. Mohammad Sahid Ullah
Dr. Pradip Kumar Panday
Uzzwal Kumar Mondal
Salma Ahmed



Department of Journalism and Media Studies
Jahangirnagar University, Savar, Dhaka
Bangladesh

JOURNAL OF JOURNALISM AND MEDIA

Volume 4 • 2022

Correspondence : Editor
Journal of Journalism and Media
Department of Journalism and Media Studies
Jahangirnagar University
Savar, Dhaka-1342, Bangladesh

Email : editorjmsjournal@juniv.edu

© 2022 Department of Journalism and Media Studies
Jahangirnagar University

ISSN : 2409-479X

Price : 200 BDT

Cover : Department of Journalism and Media Studies,
Jahangirnagar University

Printed at : Neshee Printers, 82, Concord Emporium Shopping
Complex, 253-254, Elephant Road, Dhaka-1205,
Bangladesh

Editorial Policy

Journal of Journalism and Media, a blind-reviewed academic journal of the Department of Journalism and Media Studies, Jahangirnagar University, is published every year. It publishes research-oriented papers on media, journalism and communication, photo essays, and critical review of films and recently published books. Papers recommended by reviewers are generally accepted for publication.

Every article and photo essay must have an abstract of not more than 200 words. The length of each paper should not exceed 5000 words, that of a photo essay should not exceed 1000 words and 12 photos, and that of a review should not exceed 1500 words. For documentation, APA style manual must be used. As the review process is blind, authors are solicited to mention their names and other details not on the body of the paper but on a separate sheet of paper attached to the writing.

All writings are to be sent in copies, one soft copy either in a CD or to editorjmsjournal@juniv.edu, and two hard copies to Editor, *Journal of Journalism and Media*, Department of Journalism and Media Studies, Jahangirnagar University, Savar, Dhaka 1342, Bangladesh.

Writings are received throughout the year. The views expressed in the papers published in the *Journal of Journalism and Media* are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the Editorial Board.

Editorial

The world has become networked, and human communication has been significantly transformed: Communication media is primarily responsible for all these shifts. This propensity emphasizes the importance of studying communication, media, and journalism—the ways and practices of engaging, knowing, and informing. We publish the *Journal of Journalism and Media* annually, intending to produce and disseminate pertinent new knowledge.

This year, the journal's fourth issue includes six articles: four in English and two in Bangla. The multidisciplinary of the articles brought fresh perspectives to the table, extending the horizon of our knowledge and understanding of the topic areas.

The first article focuses on communication technology's social impacts: Social media in social movements. Indeed, a pressing issue around the world nowadays! The following two articles connected social media to gender and behavioral issues. The fourth article is about sports communication in a different context, i.e., Iran, which enriches this issue with international insights. The fifth and sixth articles investigated advertisement and online news from two different political and behavioral aspects.

We believe our endeavor can contribute to the respective fields, providing new understanding and perspectives. We also hope to benefit teachers and students and help advance knowledge.

Rakib Ahmed

Editor

Journal of Journalism and Media

Department of Journalism and Media Studies

Jahangirnagar University

Table of Content

The Impact of Social Media in Mobilizing the Road Safety Movement (2018) in Bangladesh	1-16
Nishat Parvez	
Harassment Experiences of University-going Female Facebook Users in Bangladesh	17-33
Mridha Md. Shiblee Noman	
Phatic Communication on Social Media	35-44
Md. Sayeed Al-Zaman	
The journey towards a Football Stadium: Football Fandom in Iran and Jafar Panahi's <i>Offside</i> (2006)	45-55
Manas Ghosh	
জাতীয় চেতনার কর্পোরেটকরণ: আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে প্রকাশিত বিজ্ঞাপন বিশ্লেষণ	57-73
নওশীন জাহান ইতি	
বাংলাদেশের সংবাদপত্র ও অনলাইন নিউজ পোর্টালে সংবেদনবাদ চর্চা: একটি মূল্যায়ন	75-103
কাজী নাজিফা লামিনূর	
মোঃ মাহদী-আল-মুহতাসিম নিবিড়	
সারা মনামী হোসেন	

Impact of Social Media in Mobilizing the 2018 Road Safety Movement in Bangladesh

Nishat Parvez*

[Abstract: This article focuses on the impact of social media in mobilizing the road safety movement. On July 29, 2018, two college students died in a horrific road accident in Dhaka. After their death, school and college students across the country started protesting the corruption and mischievousness of the transport sector of Bangladesh. Social media solely mobilized this movement. The study observed how social media helped young students organize and spread their agenda through a successful protest. Using the content analysis method, some of the most shared posts (pictures, videos, words) from Facebook and YouTube were analyzed to understand the impact of social media. By analyzing the posts through Critical Discourse Analysis theory and Protest Logic theory, this study found that it is necessary to engage in activism both in social media and in real life to spread a protest throughout the country.]

Key-words: Road Safety Movement 2018, Social Media, Protest Logic, Critical Discourse Analysis, Social Activism

Bangladesh is one of the deadliest places in the World for walking on the road. Every year an average of 21,000 people die in road accidents, according to the World Health Organization¹ (WHO, n.d.). In 2018, two school students were killed in a road accident. Their peers from the whole country got agitated and started the Road Safety Movement on social media, which finally took to the roads of Dhaka, the capital, and subsequently, the whole country. In the same year, a total of 7,221 people died in road accidents, according to Bangladesh Passenger Welfare Association (Dhaka Tribune, 2019).

* **Nishat Parvez:** Assistant Professor, Department of Journalism and Media Studies, Jahangirnagar University, Savar, Dhaka-1342, Bangladesh. Email: nishatjms@juniv.edu

1. <http://www.searo.who.int/bangladesh/road-safety/en/>

This article worked on social media mobilization in the road safety movement in Bangladesh. Social media mediation or mobilization could help know the relationship between power, politics, and media. The road safety movement of 2018 is one of the most significant student-led movements in the recent history of Bangladesh. The protest focused on Facebook and YouTube, which are the most popular social media in Bangladesh².

This paper investigated the social media co-relation of the road safety movement through content analysis and critical discourse analysis of selective Facebook and YouTube posts. It shed light on the process of student-led movement through social media and how it went offline from online. This essay was developed by using protest logic and mediation structure as its theoretical framework.

Background

In the past few years, social media has been used to change social phenomena or bring a more significant change in the society of Bangladesh. This country was amidst a political dilemma till 2008, as two main parties, Bangladesh Awami League and Bangladesh Nationalist Party (BNP), conflicted in the 1990s. The Awami League (AL) formed government after winning the general elections in 2008. This party also clinched victory in the next two national elections in 2014 and 2018. However, the Awami League received a wide range of criticisms from various quarters including politicians and human rights activists for its undemocratic practices in politics and governance. In many cases, it did not let BNP or other oppositional parties arrange political meetings, processions, or demonstrations. Many Bangladeshis are highly critical of their rule because of corruption, extrajudicial killing, a weak economic system, and eye-washing development propaganda. The pro-government persons do not welcome criticism of the government. It has been difficult for people to express their anger in physical set-ups. Therefore, the citizens, especially the young generation, use social media to verbalize their anger. This anger of the general public of Bangladesh gave rise to worthy movements like Shahbagh Movement in 2013³, ensuring severest punishment for the War Crimes committed in 1971, and the quota reform movement in 2018⁴ for achieving equality in civil service jobs.

2. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/bangladesh>

3. Appendix (1)

4. Appendix (2)

On July 29, 2018, two college students, Rajib and Diya, were killed, and 12 others were injured by a coalition of two buses in Dhaka. Later, school and college students of Dhaka city took over the streets, demanding justice for their friends. The demonstration became robust on August 4 after they gained backing from university students. On the same day, students clashed with law enforcement agencies and the Bangladesh Chhatra League (BCL), a pro-Awami League student wing. The movement started with the anger and outburst of the school and college children on social media (BBC News, 2018). Even the mainstream media failed to obtain updates from the protestors and had to rely on social media such as Facebook and YouTube. The whole movement was run and mediated through social media.

There were some critical demands of the students, such as killers of the students must be brought to justice, footbridges must be built on roads adjacent to all educational institutions, speed breakers must be set up on roads in accident-prone areas, and unfit vehicles and driving without a license must be banned (The Daily Star, 2018).

The movement ended after the cabinet division led by Premier Sheikh Hasina approved the draft of the Road Transport Act 2018 with the maximum penalty of five years in jail and a TK 500000 fine for fatal road accidents (Mamun, 2018). On December 2, 2019, the Dhaka court gave life imprisonment to the drivers on the death of Rajib and Diya (risingbd.com, 2019).

Though road accidents are common in Bangladesh, the road safety movement stimulated the whole country, and the deserved punishment was given to the accused drivers. This movement was set by the students and led through social media. It showed how the power of the public could be used through social media to gain justice in a disruptive society.

Literature Review

A social movement refers to the collective action of people for a common purpose. It has brought new values, goals, and new norms to society. Social movements are not a new phenomenon but using a networked environment, mainly the Internet and social media like Facebook, Twitter, YouTube, etc., are not quite as old. As Manuel Castells (2015) mentions, networked social movements first spread in the Arab World, and then movements arose in Europe and the United States. Thompson and Tapscott (2013) distinguished grievance, relative deprivation, and resource inequalities could be led to collective action or social movement. They explored the extent of mobilizing public opinions through social networks and the mainstream media, which led to the broader social movement.

So how does social movement relate to social media? Castells (2015) answered this very question: transforming an individual's emotion into action is the primary source of a social movement. This emotional activation ought to connect with others, which requires an effective communication channel. The Pew Research Centre might support the finding of Castells as it shows that Black American social media users say that social media platforms are essential for connecting with like-minded users, circulating images, and engaging in stories about corresponding protests (Auxier, 2020).

Not only in Europe and the United States but social movements in Asia were also influenced using social media. Goh and Pang (2016) distinguished how social media played an essential role in collective action in protest against the government of Singapore. They analyzed 1805 blogs and Facebook posts, and comments to see what frames had been used by the protestors at the time of the movement. However, it is difficult to say if social media is changing the importance of traditional media in terms of mobilization.

In this age of social media, it sometimes evades traditional media. Nowadays social movement starts and is triggered by the social media posts shared by enraged citizens of countries (Mansour, 2012; Van Dijk, 2021). Interaction in social media can enhance the bond of the communities, can make a good plan for taking movement offline, and create a collective identity. An article named social media and Social Movements: Facebook and an online Guatemalan justice movement that moved offline presented how social media can enhance activism in Latin America (Harlow, 2012).

Lack of trust in mainstream media and limited access to those could be a reason for using social media to enhance social movements (Earl et al., 2022 & Andersen et al., 2021). Nowadays, movements throughout the world are using alternative media based on the Internet to bypass the mainstream media to communicate with the broader public against the repressive governments and the social elites (Stein, 2009). However, the author did not strictly follow through Facebook and other social media, and the research was based on Western concepts. In Bangladesh, the media market is similar according to the size of the country. However, there are faith issues based on the objectivity of those media (Alam, 2018), which we found in terms of the Road Safety Movement (2018).

Methodology

This essay is based on two methods: firstly, examining Facebook posts and YouTube Videos most frequently shared by the protestors at the time, and secondly, describing and analyzing them to understand how these posts led

an online movement to offline. I am using the content analysis method to lighten the critical perspective of social media messages (texts, pictures, or videos). Content Analysis is used to analyze non-numerical data; as Hsieh and Shannon (2005) mentioned, the content analysis describes a new phenomenon that prior studies cannot explain. Garcia-Albacete (2022) studied content analysis in social movement communication in Journal Citations Report and concluded that content analysis had become a standard approach in this field. The purpose of using content analysis in this research is to elicit meaning from the collected data to draw a realistic conclusion about social media usage in Road Safety Movement. I search for the most shared posts (text, photo, or video) by searching keywords such as #WeWantJustice, #RoadSafetyMovement, #nirapodshorokchai, #bangladeshstudentprotests, etc.

I chose Critical Discourse Analysis (CDA) to examine the meaning of the posts and how protestors decoded them. CDA has been used in areas of activism and political communication to understand the language of the political leaders (Gould, 2000; Dobson, 2007 & Chaney, 2014), to understand the persuasive strategies and ideological components (Nadeem, Mahmood, & Mahmood, 2014), to understand tone and themes of campaign discussion (Budge et al., 2001), and to have an idea about ideological polarization among the positive and negative group (Malghani, Akhtar & Farooqi, 2019). As CDA is connected meaning and image, it is the method where all the meanings should be explicit. In this study, CDA is used to examine the language in protestors' social media contents e.g., texts, posters, pictures, and videos.

To understand how the movement went offline, I used the protest logic theory by della Porta and Diani (2015) as they showed how media and communication environments provide opportunities for activists. They pointed out three distinct logics usually taken by the protestors: the logic of number, damage, and bearing witness. Cammaerts (2012) also explained how protest logic justifies specific actions and resistance of the protestors. I used the mediation theory and protested logic to see how the protestors took over the road using Facebook and YouTube posts and videos.

The configuration of posts in social media

The road safety movement started with the Facebook posts of the students. Students of the Shaheed Romijuddin Cantonment College, Dhaka, started protesting after their classmates' death, and then they shared photos of the protest asking for justice which went viral on social media. The protest mainly sparked after the Minister of Shipping and the Executive President of Bangladesh Road Transport Workers Federation, Shahjahan Khan

commented in a press conference: "a road crash has claimed 33 lives in India's Maharashtra; but do they talk about it like the way we do?" (The Daily Star, 2018). He stated this around an hour after the road accident that killed a college student in Dhaka. His comment and smile were first telecast in the media, which then became viral through social media. After that, the students from different schools and colleges in Dhaka city joined the students of Shaheed Romijuddin Cantonment College.

Students started their movement because there was no law to ensure justice for the victims. They used social media as their mediation tool and asked their friends to join. Then they blocked the roads and checked licenses from the public, private, and even VIP transports. They gave flowers to those with driving licenses and asked the police to punish the drivers who did not have fitness licenses for their transports. Brown and Wilkes (2012) distinguished that the public has learned collective action through media. In the case of the road safety movement, mainstream media needed to get updated with the movements as the protestors were continually working with social media. However, mainstream media had shown the video of the minister's speech that agitated the protestors.

From Facebook, two graphics with a slogan and a picture have been chosen. The following pictures contain the slogan in Bengali -- *Jodi tumi voy paw tobe tumi sesh, Jodi tumi rukhe daraw tobe tumi Bangladesh* (If you are afraid, you are finished. If you stand up/fight back, you are Bangladesh.)

Picture :1



Courtesy: Facebook

These posters were viral at the time of the movement. The one on the left is produced by Mita Mehedi (Mita Mehedi, 2018), a famous graphic designer from Bangladesh, and an anonymous artist produces the one on the right (Bengali Bhai, 2018). Mita first shared the left one on her Facebook profile. Then it went viral.

The picture on the left shows students wearing their school/college uniform with school bags on their backs. These bags symbolize students from secondary and higher secondary educational institutions in Bangladesh. In the context of understanding who the protestors were and their ages, it is necessary to clarify the education system of Bangladesh. In Bangladesh, a student starts education at five and finishes higher secondary or college education at 16-17. Then he/she starts his or four years of undergraduate study at a university. The students started protesting with their bags and uniforms representing their institutions.

Their body language implies that they are protesting. Upon their head, a slogan appeared: "if you are afraid, you are finished. If you stand up/fight back, you are Bangladesh". The red color is trickling down towards the asphalt on the road pitch, implying the blood of the teens who died in the brutal road crash.

The picture on the right side shows three students with three randomly positioned road cones. The sun behind them depicts new hope, which denotes that as these teenagers take responsibility, the future of Bangladesh still has hope. The random position of these road cones shows that they need to be used regularly and adequately on the roads, for which many students die every year.

The protestors were using this slogan in their social media campaign. These pictures were viral on Facebook. Those pictures were among the most shared ones at the time of the movement.

Picture-2



Courtesy: Facebook⁵

-
5. This picture was collected from a random Facebook profile and the person who shared the post is now unavailable. So no link or reference is given for the post.

In this photo, a student painted the following slogan on his body *We want Justice: '52 te peyechi, '71 e peyechi, '18 tew pabo* (We want justice: we got justice in 1952, 1971, and we will get justice in 2018). This body painting mentions the struggle for language in 1952 and the war of independence of 1971. In 1952, when Bangladesh was a part of Pakistan (Bangladesh was East Pakistan then), West Pakistan (now Pakistan) wanted to make Urdu the state language of both Pakistan. Most of the population of East Pakistan used Bangla in their regular communication. Students of East Pakistan started a demonstration against the decision of West Pakistan, and around 20 students were killed to establish Bangla as their official language. Besides, 1971 was the most critical year in the lives of Bangladeshis because they fought a nine-month-long war and almost every family in the country lost their near and dear to get rid of oppressive West Pakistan. Three million Bangladeshis were killed, and 0.2 million women were raped by the soldiers and helpers of West Pakistan. Even now, independence is the most glorious incident in a Bangladeshi's life. "We got justice by sacrificing our lives, and we are ready to do that again," which was mentioned in the lines written on this boy's body.

As the language movement and the war of independence were formulated mainly and advanced by the students of Bangladesh, the students who had taken part in the road safety movement were confident about the result of this movement.

Moreover, body paint has been a famous protest language or sign in Bangladesh since the 1980s. In the 1980s, General H. M Ershad was the president of Bangladesh. Political parties opposed him as he had declared that an autocratic government was declining the democracy of Bangladesh. On November 10, 1984, all political opponents came together to block Dhaka. Noor Hossain, a motor driver, and a political activist painted his body with the slogan *Soirachar nipat jak, gonotontro Mukti pak* (Down with autocracy, let the democracy be free). He was shot dead by two other protestors. After that, he became a public figure of activism for democracy in Bangladesh. The boy with body paint shows the same fierce energy as Noor Hossain, and he wants justice for his friends who died in the road accident. The other boys surrounding him, wearing the uniform of different schools and colleges, are uttering *we want justice* with him.

I found a few comments regarding pictures 1 and 2 on Facebook. They were "we want justice", "we are supporting," etc. Most of the posts are hidden by Facebook users may be for fear of the Digital Security Act⁶.

6. Digital Security Act 2018 is a law to deal with digital devices and software. Amnesty international (2018) mentioned it as a serious harm against freedom of expression.

YouTube:**Video-1**

<https://www.youtube.com/watch?v=ANXEFvkiOj0> (What the police officers are saying to the students?)



Picture Courtesy: YouTube

The protestors were blocking the roads in Farmgate intersection (Dhaka's one of the busiest roads) and calling out their slogans when police came to a stop and took them away from the place. They were arguing with the police and asking the police officers to let them demand justice for their friends. At first, the police officers tried to placate them. They asked them to arrest and take them to court. One of the police officers asked them to fight in court as well. The students were so agitated that they shouted, "if we go to the court, justice will not be served because you will release the verdict before we reach there."

Bangladesh is one of the most corrupt countries in the world⁷ (Transparency International Bangladesh, n.d.). Bangladeshis do not trust their public sectors, such as law enforcement agencies and the judiciary, because corruption binds them tightly. That is why the students

7. <https://www.transparency.org/cpi2018>

did not believe the police officers. The officers asked them to leave, but they sat on the road and started echoing, *we want justice*. They were not afraid of the law enforcers and others.

The comments section is full of sentences like *Andolon cholche, Cholbe* (This movement is running and it will go on), *We want justice*, *Police na mastan* (Are they police or goons?), *Amra police chai na* (We do not need police), *Amra tomader pashe achi* (We are with you) etc. These comments show how the public is not trusting the law enforcers and how they are supporting the students.

Video-2

<https://www.youtube.com/watch?v=QQ29Rb53nD0> ('BCL men' attack students at Jigatola, Dhanmondi-The Daily Star)



Picture Courtesy: YouTube

This video is uploaded by The Daily Star online, one of the leading news portals of Bangladesh. It also went viral at that time. There were some other videos of beating the school students, but they were unavailable because of the report by the government and BTRC (Bangladesh Telecommunication Regulatory Commission).

BCL is the short form of Bangladesh Chhatra League (Bangladesh Student League), the pro-Awami League student wing. AL has been in power for more than ten years in Bangladesh. Meanwhile, the BCL has heavily been criticized by citizens for the rowdy roles of the members of this organization across the country. Nowadays, BCL members use motorbike helmets to hide their faces while torturing their opponents. As the road

safety movement by the students backlashed the government, the BCL and the police started beating the students at Jigatola on the eighth day of the protest in Dhaka. One hundred fifty students were injured, and gunshots were also fired at them (Daily Star, 2018).

In this video, a woman's voice was heard as she captured the video of BCL's men in action. They aggressively asked the woman (probably a journalist) to switch off the camera. She was asking 'why?', then some of the BCL's men approached her, and the video stopped. Then the camera moved to the streets at Jhigatola; The video showed BCL's men holding sticks in their hands. They were talking to the rickshaw pullers aggressively. They held sticks and blocked the way so the protestors could not walk further. In the video's last scene, the protestors were shown (wearing school dresses) gathering at a distant site and trying to help their friends, whom BCL's men beat.

On that day, a few journalists taking photos were beaten and assaulted by BCL's men too. Even the students with the uniform were beaten mercilessly. During all the student movements before, the students tried to lead their procession peacefully, but the government (whomever it was) never liked the students raising their voices. Our history shows that every student movement had a significant impact on society, and these movements also affected the ruling party. The ruling party wanted to send the students back using their student organization. The structure of the student alliance of the political parties is not supposed to carry any arms, but they were using wooden sticks, rod sticks, guns, etc. Moreover, as they do not want their identities to be disclosed, nowadays they are using motorbike helmets, and the police are helping them by watching their action from a distance.

In the comments section, the commenters used slang against the BCL, some comments are: *F*ck BCL*, *Sei Sangbadikke Salam* (hail that journalist), *these BCL goons are ruining our society, what a shame! Why you people are attacking kids*, etc. Besides, they were praising the Daily Star for uploading this video.

Collective action on the streets

The two photos from Facebook and two videos from YouTube were some of the most shared posts (photos/videos) at the time of the road safety movement in Bangladesh in 2018. Cammaerts (2012) distinguished the self-mediation issue in social movements as protestors invest more resources in social networks. They are making pictures, posts, slogans, or songs focusing on their thoughts with their mobile devices cost-effectively. In developing countries like Bangladesh, taking the roads to start a social movement is

still essential. Mass demonstrations/political violence is a way to be visible in the mediation process. Symbolic acts of civil disobedience like blocking the road and smashing the tires are not threatening, as mentioned by Cammaerts (2012).

Most people still need to start using social media like Facebook, Twitter, and YouTube, so they depend on mainstream media. Nevertheless, mainstream media, as they are owned by the elites (Herman & Chomsky, 1988), tries to show the demonstrators as the culprits, which is why the demonstrators show their disobedience to traditional media, and instead use their spokesperson, the social media, sometimes with the involvement of the international media to show their protests. When their content started banging the societies both in social media and real life, then mainstream media took the issues seriously. The video of the police arguing with the child protestors was spread within a moment, and college and school children from different areas of Dhaka started protesting. Similar things happened in other parts of Bangladesh as well. I kept the protest logic in the context of the road safety movement as follows:

The logic of numbers: Tens of thousands of children with uniforms joined the protest. They sat on essential roads and intersections and stopped the city of millions.

The logic of damage: The protests were neat in the first few days. The students knew little about the traffic system, but they started controlling it. After that, the protest got violent, and the pro-government organizations clashed with the students. The government (The Telegraph, 2018) wanted them to go back to the police forces started action. BBC (2018) mentioned, "Since Saturday, police have reportedly used tear gas and rubber bullets, injuring scores of teenagers - although the authorities initially denied this."

The logic of bearing witness: According to Cammaerts (2012), public performance and civic disobedience are some tactics of this logic. The protesters used slogans, placards, and body paints to show their demands and stopped vehicles by taking positions on the road.

Conclusion

From entertainment to communication and political awareness on social movement in every sphere, we can feel the impact of social media. In this road safety movement, the video clips and pictures outraged, mobilized, motivated, and inspired the students at different schools and colleges to take the road and raise their voices to fight against the government. Still, no movement can get momentum without protesting in real life. This study highlights the way of mobilization in the road safety movement by analyzing social media content through critical discourse analysis and

protest logic theory. The finding that social media impacts mobilizing social movements need further attention. Future researchers should explore the generalizability of the findings of this study. More exploration is necessary to understand the efficacy of social media usage in social movements in different contexts.

Declaration of conflicting interest

The author declared no potential conflicts of interest in terms of research, authorship, and publication of the article.

Funding:

The author received no financial support for the research, authorship, and publication of the article.

Orchid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9300-454X>

References

- Ahmed, A. (2013, February 6). Protesters demand death for Bangladesh war crimes Islamist. *Reuters*. <https://in.reuters.com/article/bangladesh-verdict-war/protesters-demand-death-for-bangladesh-war-crimes-islamist-idINDEE9150CS20130206>
- Alam, S. (2013, February 11). Bangladesh approves law to swiftly execute war criminals. *Yahoo News*. <https://sg.news.yahoo.com/bangladesh-approves-law-swiftly-execute-war-criminals-175452869.html>
- Alam, Md. H. (2018, August 14). Road Safety Movement, social media and our lessons. *The Observer*. <https://www.observerbd.com/details.php?id=153378>
- Amnesty International* (2018, September 20). Bangladesh: New Digital Security Act imposes dangerous restrictions on freedom of expression. <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2018/09/bangladesh-new-digital-security-act-imposes-dangerous-restrictions-on-freedom-of-expression/>
- Auxier, B. (2020, December 11). Social media continue to be important political outlets for Black Americans. *Pew Research Centre*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/12/11/social-media-continue-to-be-important-political-outlets-for-black-americans/>
- BBC News* (2018, August 6). How a Traffic Accident Stopped a City of 18 Million. <https://www.bbc.com/news/world-asia-45080129>
- Daily Star (2018, August 4) *BCL men attack students at Jigatola, Dhanmondi* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QQ29Rb53nD0>
- Bengali Bhai* (2018, August 5). [Image Attached] [Status Update]. Facebook. <https://www.facebook.com/bengalibhai.troll/photos/>

- Brown, C. C. & Wilkes, R. (2012). Picturing Protest: The Visual Framing of Collective Action by First Nations in Canada. *American Behavioral Scientist*, 56(2), 223–243. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002764211419357>
- Budge, I., Klingemann, H. D., Volkens, A., Bara, J., & Tanenbaum, E. (Eds). (2001). *Mapping Policy Preferences. Estimates for Parties, Electors, and Governments, 1945–1998*. Oxford University Press.
- Cammaerts, B. (2012). Protest Logics and the Mediation Opportunity Structure. *European Journal of Communication*, 27 (2), 117-134. DOI: 10.1177/0267323112441007
- Castells, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, (2nd ed.). Polity Press.
- Chaney, P. (2013). Electoral discourse analysis of state foreign policy development: exploring the party politicization of the Commonwealth in UK Westminster elections 1945-2010. *Contemporary Politics*, 19(2), 203-220.
- Daily Star (2018). 'Outrage over Shajahan's Smile, Remarks,' July 31. <https://www.thedailystar.net/backpage/outrage-over-shajahans-smile-remarks-1613785>
- Daily Star (2018). 'Students Take to Streets, Control Traffic for 7th Day', August 4. <https://www.thedailystar.net/city/movement-for-safe-roads-in-bangladesh-students-take-streets-7th-day-controlling-traffic-1615810>
- Daily Star (2018). 'BCL in its element', August 5.: <https://www.thedailystar.net/city/bcl-ruling-party-men-attack-student-protest-road-safety-jigatola-dhanmondi-dhaka-1615828>
- Dhaka Tribune (2019). 'Report: 7,796 Deaths Due to Accidents in 2018', January 25. <https://www.dhakatribune.com/bangladesh/nation/2019/01/25/bpwa-7-221-killed-in-road-accidents-across-bangladesh-in-2018>
- Della Porta, D., & Diani, M. (Eds.). (2015). *The Oxford handbook of social movements*. Oxford University Press.
- Dobson, G. (2007). *The Textual Representation of a Political Paradigm Shift: A Critical Discourse Analysis of Two Election Manifestos*. *Working Papers in Language Pedagogy*, 1, 99-124. <http://langped.elte.hu/WoPaLParticles/W1Dobson.pdf>
- Garcia-Albacete G. (2022). Content Analysis in the research Field of Social Movements Communication. In Oehmer-Pedrazzi, F. Kessler, S. H., Humprecht, E., Sommer, K. & Castro, L. (eds.). *Standard Content Analysis in Communication Research* (377-387). Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-36179-2_32
- Goh, D. and Pang, N. (2016). Protesting the Singapore Government: The Role of Collective Action Frames in Social Media Mobilization. *Telematics and Informatics*, 33(2), 525–533. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.07.008>
- Gould, R. (2000). Integration', 'solidaritat' and the discourses of national identity in the 1988 Bundestag election manifestoes. *German Life and Letters*, 53(4), 529-551. 10.1111/1468-0483.00184

- Harlow, S. (2012). Social Media and Social Movements: Facebook and an Online Guatemalan Justice Movement That Moved Offline. *New Media & Society*, 14(2), 225–243. DOI: <https://doi.org/10.1177/14614448114104>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent*. Random House.
- Hsieh, H. F. and Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288. 10.1177/1049732305276687
- Machin, D. and Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. SAGE Publications Ltd.
- Mahmud, F (2018, May 14). Bangladesh students demand abolition of job quota system. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/news/2018/05/bangladesh-students-demand-abolition-job-quota-system-180514110715636.html>
- Malghani, M., Akhtar, S., & Farooqi, F. (2019). Analysis of Political Discourse in Pakistani Party Manifestos. *Global Social Sciences Review*, 4(2), 318-327. 10.31703/gssr.2019(IV-II).30
- Mamun, S. (2018, August 6). Cabinet approves Road Transport Act. *Dhaka Tribune*. <https://www.dhakatribune.com/bangladesh/nation/2019/01/25/bpwa-7-221-killed-in-road-accidents-across-bangladesh-in-2018>
- Mita Mehedi (2018, August 2). “Jodi tumi voy paw tobe tumi shesh, jodi tume rukhe daraw, tumi e Bangladesh.”-Rokib Likhon. [Image Attached] [Status Update]. Facebook. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2238492549499678&set=a.160065787342375&type=3&theater>
- Nadeem, U., Mahmood, M. A., & Mahmood, R. (2014). A critical discourse analysis of election manifestos of Pakistani political parties. *Public Policy and Administration Research*, 4(11), 1-10.
- Hatekhori (2018, July 31) *Police chatroder ki bollen? (What Police are you saying to the students?)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ANXEFvkiOj0>
- Prothom Alo (2018, October 4). Circular abolishing quota in class I, II govt jobs issued. <https://en.prothomalo.com/bangladesh/news/184427/Circular-abolishing-quota-in-class-I-II-govt-jobs>
- Risingbd.com (2019, December 1). 2 bus drivers among 3 get life term over deaths of Diya, Rajib. <https://risingbd.com/english/2-bus-drivers-among-3-get-life-term-over-deaths-of-Diya-Rajib/66106>
- Stein, L. (2009). Social movement web use in theory and practice: a content analysis of US movement website. *New Media and Society*, 11(5), 749–771. <https://doi.org/10.1177/14614448091053>
- Telegraph (2018, August 5). Bangladesh PM urges student protesters to go home after clashes with police. <https://www.telegraph.co.uk/news/2018/08/05/bangladesh-pm-urges-student-protesters-go-home-deadly-police/>

- Thompson, L. & Tascott, C. (2010). *Citizenship and social movements: perspectives from the global south*. Zed Creation.
- Transparency International (n.d.). *Corruption Perception Index 2018*. <https://www.transparency.org/cpi2018>
- Van Dijk, T. A. (2022). Social Movement Discourse: Manifestos. In Coulthard, C. C. & Coulthard, M. (Eds.), *Text and Practices*. (2nd ed.). Routledge. <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2022-Social-movement-manifestos.pdf>
- WHO (n.d.). Road Safety. <http://www.searo.who.int/bangladesh/road-safety/en/>

Appendix:

1. **Shahbag Movement (2013):** Shahbag Movement (2013) is a civil resistance movement to ensure capital punishment for the War Criminals of 1971 in Bangladesh. Bangladesh gained independence after fighting a nine-month-long battle with Pakistan in 1971. Some of the Bangladeshis worked as collaborators for Pakistan at that time. They joined in killing, raping, and torturing fellow Bangladeshis. On February 5, 2013, "thousands of protesters took to the streets of Bangladesh on Wednesday to demand the execution of a leader of the country's biggest Islamist party after he was sentenced to life in prison for war crimes committed during the 1971 independence conflict" (Ahmed, 2013). Amidst the movement, Bangladesh's cabinet changed its war crime law "to ensure opposition leaders on trial for alleged atrocities during the nation's 1971 independence war can be swiftly executed if convicted" (Alam, 2013).
2. **Quota Reform Movement (2018):** Quota Reform Movement is a student movement in Bangladesh to reform civil service recruitment policy. It began in Dhaka and spread throughout the country. Before that movement, in government jobs there was 56 percent of the entry positions in the civil service were reserved for freedom fighters' children and grandchildren, ethnic minorities, women, district-based populations, and disabled persons (Mahmud, 2018). Most Bangladeshi students were deprived of joining first-class jobs based on merit. There were protests in 2008 and 2013 to reform policies, but they failed. In 2018, students all over the country started protesting to reform the quota again. As a result of this movement, all the quotas in government service were demolished by Bangladeshi Prime Minister Sheikh Hasina (Prothom Alo, 2018).

Harassment Experiences of University-going Female Facebook Users in Bangladesh

Mridha Md. Shiblee Noman*

[Abstract: Cyber-harassments on social networking sites have become an everlasting issue in present situation and women using Facebook have been found as the victim of these harassments (Choja & Nelson, 2016). Intended to identify the harassment patterns on university-going female Facebook users of Bangladesh by taking the Muted Group Theory and the Standpoint Theory as theoretical frameworks, this descriptive study has surveyed 307 female university-going Facebook users from five universities of Bangladesh through online. Findings of the survey show that 61.9% of the university-going female Facebook users of Bangladesh is being victims of different types of harassments on Facebook in different frequencies by different types of people according to their relation with them. Moreover, 84.21% of them have never taken any steps to stop these harassments, mostly because they do not know where to seek help and what is the actual procedure. Findings of the survey also portray the lack of confidence and communication gap between victims of these types of harassments and law enforcing agencies of the country.]

Key-words: harassment on Facebook, sexual harassment, cyberbullying, cybercrime, universities of Bangladesh

1. Introduction

Internet is spreading rapidly all over the world since its invention and it is considered as an agent of change in personal, social and international level. The increasing use of internet as a tool of communication has changed the interaction patterns of people (Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Though the reason behind the increasing popularity and use of different forms of

* **Mridha Md. Shiblee Noman:** Assistant Professor, Department of Journalism and Media Studies, Jahangirnagar University, Savar, Dhaka-1342, Bangladesh. Email: shibleenoman@juniv.edu

communication instead of any single medium is so far unclear (Quan-Haase & Young, 2010), Social Networking Sites (SNS) are continuously attracting academic researchers to have more emphasis on this sector due to its regularly increasing popularity, use and reach (Boyd & Ellison, 2007). The reason behind the uprising popularity of SNS may be because these SNSs are the platform where the youth get the opportunity to present themselves as they want to be seen by others (Oberst et al., 2016). And Facebook is considered as the most popular social networking site among many of them (Fuchs, 2014).

On the other hand, harassment on Facebook users have been analyzed in various studies and misbehaviors like bullying, harassment and other inappropriate behavior are now considered as a very common phenomenon in various social media sites (Geach & Haralambous, 2009; Lyndon et al., 2011). This study has tried to discover the nature of harassments currently present on university-going female Facebook users of Bangladesh as there are a considerable number of youths who actively use Facebook; the number was 44.7 million till January 2022 (Statista, 2022).

With unfolding the nature and various kinds of harassments on university-going female Facebook users of Bangladesh, this study has tried to find out the people who are usually behind these harassments, the possible causes behind these harassments and the possible ways to resist these harassments according to female Facebook users.

2. Operational Definition of Concepts

Two concepts of this research topic are needed to be defined according to the goals and purposes of this research. They are,

- **Harassment:** Harassment means any kind of behavior in Facebook or related to Facebook by anybody which is unwanted to a specific woman who uses Facebook.
- **University-going female Facebook user:** The users of Facebook who are female as their sexual identity and were attending any university of Bangladesh as student during the period of current study.

3. Literature Review

3.1. Facebook, Its Users and Bangladesh

Bangladesh is experiencing rapid growth of internet users for last several years (Haque, 2019). Number of social media users is also growing ‘melodramatically’ in the country (Siddik & Rahi, 2020). Facebook is one of these social networking sites or platforms where different media,

information and communication technologies are integrated as well as other social networking site to allow describing its users, their connection and communication among users (Fuchs, 2014). Four Harvard students, Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz and Chris Hughes founded Facebook in the year 2004 (Fuchs, 2014). It became a public company in 2012 and describes advertising as its revenue generating source (Fuchs, 2014).

According to Boyd and Ellison (2007, p. 211), Social Networking Sites are the sites,

...(that) allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.

Facebook has 2.91 billion monthly active users and 1,93 billion daily active users, most of the active Facebook users use it through mobile phone, which is 2.75 billion in number (Omnicores, 2022). As per the statistics, among all Facebook users, 44% are female and 56% are male, users between age of 25 to 35 and between 18 to 24 years are the two biggest demographic groups on Facebook and users aged 65+ are the smallest (Omnicores, 2022).

Studies show that 85 to 90% of college students use Facebook (Hargittai, 2007). Jones and Fox (2009) states that a study of Pew Internet and American Life Project have found that 67 to 75% of college-aged youth (not necessarily college students) use social networking sites (cited in Junco, 2012). Smith and Caruso (2010) state that among 36,950 students of 126 U.S. and one Canadian university, 90% of them use social networking sites and 97% of them use Facebook; and they are actively engaged in this site on daily basis (cited in Junco, 2012).

Nadkarni and Hofmann (2012) have proposed that users want to fulfill their two needs by using Facebook. They are 'the need to belong', which is fulfilled by the demographic and cultural factors and 'the need for self-presentation', where neuroticism, narcissism, shyness, self-esteem and self-worth are the contributing force. These contributing forces are similar to the result of the study of Ryan and Xenos (2011), where they mentioned about neuroticism, loneliness, shyness and narcissism as features expressed by the users of facebook. Grimmelmann (2008) argues that people use Facebook to share information about them. Another study argues that users interact through Facebook message to increase in bridging their social capital

(Burke et al., 2011). Zhang et al (2011) find six aspects of gratification of Facebook users insist them to use the site; they are social surveillance, entertainment, recognition, emotional support, network extension and maintenance. Making new friends and locating old friends are also two vital reasons for using Facebook (Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

In a study on female Facebook users, result shows that ‘lonely’ users expressed information about their personal life, relationship, address than ‘connected’ users and ‘connected’ users share their views in Facebook wall more than ‘lonely’ users (Al-Saggaf & Nielsen, 2014). Another study states that female users present themselves in Facebook in a less gender-stereotypical way than male users (Oberst et al., 2016).

On March 2022, number of total internet users in Bangladesh was 124.89 million according to Bangladesh Telecommunication Regulatory Commission, BTRC (BTRC, 2022). Users who have accessed in the internet in last 90 days have been enlisted here as internet users. During the early phase of Covid-19 pandemic in Bangladesh, the number of internet users increased 7.83% from February to March, 2020, which was 9.99 crore to 10.32 crore in actual figure (Islam, 2020). A study states that almost 20% of the population of Bangladesh use Facebook and 46% of them are aged between 18 and 24 years (cited in Sayeed et al., 2020). According to the statistics of January 2022, Bangladesh has 44.7 million Facebook users, which is 10th highest in number across the world; this number of Facebook users derived from counting the Facebook users aged 13 or more and who has accessed their Facebook account at least once per month using any of the devices (Statista, 2022). This number of active Facebook users in Bangladesh was 33.71 million in January 2019 (Islam, 2019) and in April 2017, according to a study of We Are Social and Hootsuit, there were 22 million active Facebook users in Dhaka, the capital of Bangladesh and a mega city, which was 1.1% of the monthly active users of Facebook across the globe (Murad, 2017).

3.2. Harassment on Cyber-space and Facebook

Cheris Kramarae, the theorist of Muted Group Theory was quite ambitious about the rise of internet hoping that it will decrease the gender discrimination and uphold the sense of gender equality and gender balance; but it did not happen as gender discrimination, gender inequality and gender based violence have been spread in internet as well (Griffin, 2012).

Fuchs (2014) argues that Facebook users’ privacy is in threat because of this sites capital accumulation process which is targeted advertising. But bourgeois scholars defer from Fuchs’s argument and say that Facebook users’ privacy is under threat due to their openness and disclosing too

much about them, as a result they (users) become targets of criminal activity and harassment (Fuchs, 2014). On the other hand, Grimmelmann (2008) argues that Facebook is a platform where peer-to-peer privacy violations are facilitated and as a result users harm privacy interest of each other.

Lyndon et al. (2011) state that there are numerous encounters of inappropriate behavior on Facebook. Bullying and harassment are very much common behavior of one user to another on social networking sites (Geach & Haralambous, 2009). The study of Lyndon et al. (2011) indicates that Facebook stalking results into three factors, covert provocation, public harassment and venting and stalking occurs in offline as well.

To be specific on harassment of women in Facebook, Ostini & Hopkins (2015) refer to cyber-stalking, non-consensual internet pornography, exposing private information, reputation damage, impersonation or false representation etc. And these kinds of harassment on women is now a global concern for social workers, policy makers, social scientists etc. (Choja & Nelson, 2016). Ostini & Hopkins (2015) consider Facebook as new tool of domestic violence where these types of media are used to monitor, track and harass victims' children, friends and other family members. Ostini & Hopkins (2015) argue that as a result of these kinds of harassments, victims withdraw themselves from social networking sites. In United States, one on every four stalking victim reported that they are stalked in cyberspace and majority of them find their former intimate partner as the stalker (Ostini & Hopkins, 2015). According to Ostini and Hopkins (2015), 66% of the harassed internet users say that they have been harassed in social networking sites. Another dark side of Facebook is constantly trolling, which is considered as problematic for other users of computer mediated communication (Craker & March, 2016). Finally, ubiquity of Facebook is considered as the victims of harassment are constantly under surveillance or under attack (Ostini & Hopkins, 2015).

On the other hand, a study shows that awareness level of cyber security among Bangladeshi internet users is 'patchy' and 'not satisfactory'; moreover commoners of Bangladesh are unaware about general practices of cyberspace (Ahmed et al., 2017). An important characteristic of cybercrime in Bangladesh is that this crime mostly against individuals and females are the more vulnerable to these (Kabir, 2018). Data shows that 68% victims of the cybercrime in Bangladesh are female (Amin, 2020), mostly aged between 16 to 24 (Dhaka Tribune, 2020). Common forms of violence against women in cyberspace are offensive comments and images, hate speech, sharing contents without consent, malicious impersonation,

pornography etc. (Kabir, 2018). Cyberbullying, threat, stalking, identity theft, obscenity etc. are some other forms of harassments (Siddik & Rahi, 2020).

3.3. Government Initiatives to Combat Cybercrime and Harassment in Bangladesh

Government of Bangladesh has taken some measures to combat cybercrime and cyber harassments. Existing laws are Information Communication Technology Act 2006, Section 500 of Bangladesh Penal Code 1860, Pornography Control Act 2012, Bangladesh Telecommunication Control Act 2001, Nari O Shishu Nirjatan Daman Ain 2000 (Prevention of Repression on Women and Children Act 2000) and , Dhaka Metropolitan Police Ordinance 1976 (Kabir, 2018). Later Digital Security Act 2018 has been passed to ensure security in digital world (Siddik & Rahi, 2020).

Along with these there are regulatory bodies to combat cybercrime. Some of these bodies are Bangladesh Telecommunication Regulatory Commission (BTRC), Information and Communication Technology Department, Computer Security Incidence Response Team (CSIR Team), Digital Security Agency (DSA), National Computer Emergency Response Team (CERT), DMP Cyber Crime Unit, Counter Terrorism and Transnational Crime (CTTC) (run by Dhaka Metropolitan Police), Cyber Security and Crime Division (run by Bangladesh Police) etc. (Siddik & Rahi, 2020).

On November 2020, Bangladesh Police has launched ‘Police Cyber Support for Women’, a specialized unit for supporting the female victims of cybercrimes by the female police officers and this unit got 25 complaints within first six hours of its launching (Amin, 2020), which indicates the intensity of cybercrimes against female in Bangladesh.

4. Theoretical Framework

This study has intended to identify how females are dominated by various kinds of harassments in a social media platform like Facebook and eventually become used to these silently. Muted Group Theory and Standpoint Theory are taken as the theoretical framework for the present study. Muted Group Theory was developed by Cheris Kramarae in the 60’s of last century (Griffin, 2012). The theory was initially developed by Edwin Ardener and Shirley Ardener who has focused on the communication process between dominant group and other marginal groups of a society (Littlejohn & Foss, 2009). After the initial development of the theory Kramarae has described it as a feminist theory by describing women as a marginalised group where men are the dominant group (West & Turner,

2010). The theory asserts that being member of the dominant group, men try to dominate women to mute them in various ways. West and Turner (2010) has stated four such ways as ‘process of silencing’ the marginal groups; they are ridicule, ritual, control and harassment.

Littlejohn and Foss (2009) has considered this muting of women as silent crisis distinguishing it from other crises of the society and as a result this crisis fails to get attention of the sector of media and research. This study has tried to explore the present condition and frequency of harassment of the female students of the universities of Bangladesh in Facebook taking these kinds of harassments as process of silencing women in broader social context according to the Muted Group Theory.

On the other hand, Standpoint Theory was developed by Sandra Harding and Julia T. Wood where theorists see mentionable differences between men and women where women are considered as the marginalized group (Griffin et al., 2019). This theory states that if the knowledge is produced from the dominant group of the society as source of information, that knowledge would be ‘distorted and partial’ as the dominant group would try to serve their interest and maintain the status quo (Steiner, 2014). In contrast, as the members of marginalized groups want to understand the oppression, their participation in producing knowledge is also partial but surely less partial which help to have better understanding of the condition (Steiner, 2014). In this study, all data has been collected from female Facebook users who are normally considered as the victim of online harassments and eventually members of marginalized group of the society according to the Standpoint Theory, as a result exploring a less partial view on the condition and remedies of online harassment in Bangladesh has become possible according to the theory.

5. Research Questions

This study has tried to find the answer of four specific questions. They are,

RQ 1: *What kinds of harassments are present towards university-going female Facebook users of Bangladesh?*

RQ 2: *Who are behind these harassments?*

RQ 3: *What are the possible causes of these harassments?*

RQ 4: *How can be these harassments resisted?*

6. Methodology and Sampling

The author has taken survey as the research method of this study. Survey is one of the widely used research methods to collect primary data (Kothari, 2004) and it “has always been open to technological advancements...”

(Vehovar & Manfreda, 2017, p. 143). In this study, descriptive survey has been used, which is a kind of survey where the intention of the survey is to describe the current phenomenon about a certain practice (Wimmer & Dominick, 2011).

In this study, online survey has been conducted by using non-list-based random sampling which is a random sampling method allows “the selection of a probability-based sample without the need to actually enumerate a sampling frame” (Fricker Jr., 2017, p. 167). Fricker Jr. (2017) states that these kinds of online surveys highly depend on contacting potential respondents by any of the traditional means.

Using this type of sampling, the author had intended to take 250 female students from five universities (50 respondents from each university) who use Facebook as sample. The universities are University of Dhaka (DU), Jahangirnagar University (JU), Chittagong University (CU), Daffodil International University (DIU) and University of Liberal Arts Bangladesh (ULAB) and these universities have been selected on the basis of the convenience of data collection. The author has finally got 307 responses through google form questionnaire-based survey where at least 50 responses have come from each university.

7. Data Analysis and Findings

7.1. Respondents and Their Facebook Using Pattern

A total of 307 responses have been collected from five universities to conduct this study through online survey. From these responses, 61 came from University of Dhaka (DU), 63 from Jahangirnagar University (JU), 69 from Chittagong University (CU), 60 from Daffodil International University (DIU) and 54 from University of Liberal Arts Bangladesh (ULAB).

Table 01

Respondents from Universities

University	Number of respondents	Percentage (%)
University of Dhaka (DU)	61	19.87
Jahangirnagar University (JU)	63	20.52
Chittagong University (CU)	69	22.48
Daffodil International University (DIU)	60	19.54
University of Liberal Arts Bangladesh (ULAB)	54	17.59
Total	307	100

From the respondents, 270 are students of Under-Graduate program and 37 of them are from Graduate programs from 52 different majors. Age of the respondents varies from 18 to 29 years with the average of 21.74 years (standard deviation, $s = 1.90$ years). These respondents have been using Facebook for minimum three months and maximum 13 years. 17 of the respondent use Facebook for less than an hour per day, 54 of them uses for one to two hours, 85 of them uses for two to three hours and 151 of them uses for more than three hours every day.

Table 02

Use of Facebook by the Respondents

Hours (per day)	Number of respondents	Percentage (%)
<1	17	5.54
1-2	54	17.59
2-3	85	27.69
>3	151	49.18
Total	307	100

7.2. Harassment Pattern on Facebook

Findings of the study show that, 190 (61.9%) out of total 307 respondents have told that they have been harassed while using Facebook at least once. 12 of them have mentioned the frequency of harassment as regular, 64 have mentioned as irregular and other 114 have mentioned as seldom.

Table 03

Being Victim of Harassment on Facebook

Frequency of being harassed	Number of respondents	Percentage (%)
None	117	38.11
Regular	12	3.91
Irregular	64	20.85
Seldom	114	37.13
Total	307	100

Asking to identify the types of harassments, 190 respondents have chosen different types of harassments they have been victims of and they are free to identify as many types of harassments they have experienced so far. Respondents have identified unwanted messaging (85.79%), unwanted friend requests (50.53%), unwanted page or group invitations (47.89%) as the three primary types of harassments along with unwanted tagging (21.58%). Embarrassing photo or video sharing, hate speech, stalking, sexual harassment, body shaming, surveillance and threat have become the

responses as harassment types varying from 20 to almost 35%. Other types of harassments include hacking, content sharing without consent, troll and pornography. Some of the respondents have mentioned creating fake id using their photo and asking for their photos as some other types of harassments. These responses indicate to the answer of RQ 1.

These 190 respondents have been asked to identify the people behind these harassments and different types of answers came out. 81.58% of the respondents have mentioned unknown males as the harassers, 14.74% of them have mentioned unknown females interestingly while another 12.10% have mentioned known females. Newly known males have come out as another common harasser having response from 30% of the respondents. Male friends, ex-boyfriend, relatives, boyfriend and male colleagues have been identified as harassers also as well as classmates, senior students, neighbors etc. from the responses. These responses can be considered as the answer of the RQ 2 of this study.

7.3. Causes of Harassment Identified by Users

Respondents who have been victims of harassments on Facebook have been asked to identify the prime cause behind these harassments according to them. From their responses, five broad areas can be identified as the main causes of these harassments which are also indicating the answer of RQ 3.

- a. **Mentality towards Women:** Social, cultural and personal views and mentality of the male members of the society towards the females have been identified as problematic and prime cause of these kinds of harassments on women by most of the respondents. They have also mentioned the patriarch character of the society from which the insecurity and sexual frustration of males evolve as another cause under this broad theme.
- b. **Education and Ethical Issues:** Respondents have identified the lack of proper family and institutional education as another source of nurturing these kinds of harassers. Lack of identification and implementation of moral and ethical values are also present in this category.
- c. **Weak Legal System:** A number of respondents have identified weak legal system of the country as one of the main causes behind these types of increasing harassments towards women.
- d. **Being a Female!:** Some of the respondents have mentioned being a female as the prime cause of these kinds of harassments on Facebook as well as various types of envy issues.
- e. **Others:** A significant number of respondents have mentioned that they actually do not know why they have to face these kinds of

harassments on Facebook while objectifying of the females, pornography, clothing of females and causing harm to career have been come out as some other causes. Some responses have tried to say that there is no specific cause behind these harassments.

7.4. Measures Taken by the Victims

160 of the respondents who have told that they have been harassed on Facebook have told that they have not taken any measure to prevent these harassments whereas only 30 of them have responded affirmative to take steps.

Table 04

Taking Steps by the Victims against Harassment

	Number of respondents	Percentage (%)
Have taken some steps	30	15.79
Have not taken any step	160	84.21
Total	190	100

Victims have not taken any preventive steps because of three reasons. Most of them did not know where they should complain against these harassments. Some of them have thought that these measures will create more harassments to them and rest of the respondents have sensed possibilities of dishonor to them and their family because of these steps.

Table 05

Causes of Not Taken Steps by the Victims

Causes	Number of Respondents	Percentage (%)
Did not know where to seek help	87	54.37
Thought it will create more harassments	52	32.50
Sensed possibilities of dishonor	21	13.13
Total	160	100

Steps taken by the victims against harassments depicts that some of these respondents did not know the proper process or places where to complain as well. 11 of them have filed complain to cybercrime department or police whereas others have reported harassment to Facebook, university faculty, friends and family and even to the family of the harassers. 16 of them told that they have not got any solution from taken measures. Only

seven of them have told that they have got some kind of solution. Other respondents have told that they have rarely got solution from these steps. One respondent has told that whenever she had tried to report the id of the harasser/s, harasser/s had blocked her on Facebook to resist her activities to stop the harassment.

7.5. Recommendations by the Victims to Resist Harassment

Respondents of the survey have been asked an optional question to point out their recommendations to combat these types of harassments of Facebook and 147 of them have mentioned their recommendations which can be considered as the answer of RQ 4. These recommendations can be distributed into five following thematic areas.

- a. Facebook authority should increase its privacy control and security system for its users. A significant number of respondents think that removing fake ids forever from Facebook can be a very good solution.
- b. Legal system of the country regarding cybercrime and harassments should be stronger and more exemplary.
- c. Proper education should be offered and proper social values should be practiced in all aspects of the society. Though only one of the respondents has identified the need of media literacy and awareness as one of the solutions of this problem.
- d. Awareness and respect towards gender related issues should be confirmed.
- e. Banning pornography, use of Facebook for communication purpose only and even stopping the use of social networking sites have been come out as solutions of these harassments from the respondents. These recommendations can be identified as a part of ‘victim blaming’ regarding this issue.

8. Recommendations by the Author

This study has shed light on the current situation of harassment on university-going female Facebook users of Bangladesh from various angles. Findings of the study show that there are jobs to be done to improve this harassment prone sector. The author has identified two basic concerns where to work of this problem wants to meet a kind of solution. They are ethical and legal concerns.

a. Ethical Concerns

- Changing on attitude towards women in every aspect of the society is a compulsory measure to take if these types of harassments on women are wanted to be stopped.

- Increasing moral and ethical sense by endorsing compulsory philosophy, psychology and sex education in national curriculum.
- Setting ethical standards for social networking sites globally and locally and proper publicity for increasing consciousness on it.

b. Legal Concerns

- Making the available legal bodies to combat cybercrime and harassments more victims friendly, sincere and viable for people of all classes.
- Proper publicity of law enforcement agencies developed to combat cybercrime and harassment to the citizen of the country.

9. Limitations and Conclusion

This study has some limitations as well. The findings of the work would be more representative if the author could have taken more universities as sample or by increasing the number of the respondents. Another limitation of the study is that, more constructive questions could be introduced to the respondent in order to find out more sophisticated angle of the problem. But due to the lack of time and financial support provided for the study, it was not conveniently possible. Besides these, the result of the study can largely vary because there are different experiences available for each of the university-going female Facebook user of Bangladesh and they would have answered the questions asked in the study in very different ways which could lead the result also in very different point.

But harassment on female Facebook users is definitely a serious and regularly increasing phenomenon and this study has shown that the same things are also present in the context of Bangladesh. Though a significant number of university-going female Facebook users of Bangladesh are becoming victims of harassments on Facebook, very few of them are taking any actual steps to combat these. Moreover, responses of this study show that victims are not marking themselves safe from the legal steps to take while looking for any solution, which indicates the lack of confidence and communication gap between the victims of these harassments and law enforcing agencies of the country. As a result, a greater number of these kinds of incidents remain out of record and the harassers do not have to pay for whatever they have done and as a result, a culture of lawlessness occurs. This lack of confidence has been mentioned in earlier study of Tang et al. (2018), where organizational and political failure were portrayed as the

causes of criminal activities in Bangladesh, which in turn shape the lack of confidence on law enforcement agencies. On this note, on his study, Nabi (2013) has emphasized on the mutual beneficiary relationship between the police and mass public of Bangladesh. Moreover, study has also indicated the deficiency of moral and legal education of children which resulted in improper civic sense and imbalanced growing up (Tang et al., 2018), which resonates with the recommendation of the present author as well.

To conclude, if this situation of cyber harassment exists for long in Bangladesh, not only the virtual world of the female citizens of our country, but also the real life of them will be under more insecurity and threat; and that will damage the proper cohesion of the society. To get rid of this serious damage, proper moral and ethical improvement of all of the society is needed as well as establishing proper legal authorities. Both these initiatives should go together to make a society where any kind of discrimination and harassments of one over another will be absent and an environment of balance and sympathy will be developed.

10. Funding Information

This study was funded by Jahangirnagar University, Savar, Dhaka-1342, Bangladesh in the academic session 2020-21.

References

- Ahmed, N., Kulsum, U., Bin Azad, I., Momtaz, A. S. Z., Haque, M. E., & Rahman, M. S. (2017). Cybersecurity awareness survey: An analysis from Bangladesh perspective. *2017 IEEE Region 10 Humanitarian Technology Conference (R10-HTC)*, 788–791. <https://doi.org/10.1109/R10-HTC.2017.8289074>
- Al-Saggaf, Y., & Nielsen, S. (2014). Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness. *Computers in Human Behavior*, *36*, 460–468. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.014>
- Amin, N. (2020, November 16). Police cyber support unit received 25 complaints within 6 hours of launch. *The Business Standard*. <https://tbsnews.net/bangladesh/crime/police-cyber-support-unit-received-25-complaints-within-6-hours-launch-158860>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- BTRC. (2022). *Internet Grahok* [Internet Subscribers]. <http://www.btrc.gov.bd/site/page/347df7fe-409f-451e-a415-65b109a207f5/->
- Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on Facebook: Differentiating uses and users. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 571–580. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979023>

- Choja, O., & Nelson, O. (2016). Psychological violence and the bane of cyber-harassment against women: An experiential inquest on Facebook. *Gender and Behaviour*, 14(3), 7589–7608.
- Craker, N., & March, E. (2016). The dark side of Facebook®: The Dark Tetrad, negative social potency, and trolling behaviours. *Personality and Individual Differences*, 102, 79–84. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.06.043>
- Fricker Jr., R. D. (2017). Sampling methods for online surveys. In N. G. Fielding, R. M. Lee & G. Blank (Eds.) *The sage handbook of online research methods* (pp. 162-183). Sage.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. SAGE.
- Geach, N., & Haralambous, N. (2009). Regulating aarassment: Is the law fit for the social networking age? *The Journal of Criminal Law*, 73(3), 241–257. <https://doi.org/10.1350/jcla.2009.73.3.571>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Griffin, E. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Grimmelmann, J. (2008). Saving Facebook. *Iowa Law Review*, 94, 1137.
- Haque, A. K. M. B. (2019). Need for critical cyber defence, security strategy and privacy policy in Bangladesh - Hype or reality? *ArXiv E-Prints*, 1906, arXiv:1906.01285.
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 276–297. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00396.x>
- Islam, M. Z. (2019, December 20). Facebook has no plan to open office in Bangladesh now. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/business/news/Facebook-has-no-plan-open-office-bangladesh-now-1842823>
- Islam, M. Z. (2020, May 15). March will be viewed as watershed for digital Bangladesh. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/business/news/march-will-be-viewed-watershed-digital-bangladesh-1902745>
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers & Education*, 58(1), 162–171. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.08.004>
- Kabir, N. (2018). Cyber crime a new form of violence against women: From the case study of Bangladesh. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3153467>
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Age International (P) Limited, Publishers.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (Eds.). (2009). *Encyclopedia of communication theory*. Sage.

- Lyndon, A., Bonds-Raacke, J., & Cratty, A. D. (2011). College students' Facebook stalking of ex-partners. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 711–716. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0588>
- Murad, M. (2017, April 15). *Dhaka ranked second in number of active Facebook users*. <https://bdnews24.com/bangladesh/2017/04/15/dhaka-ranked-second-in-number-of-active-Facebook-users>
- Nabi, M. M. (2013). Police-public relations: Confidence building for law enforcement in Bangladesh. *NDC Journal*, 12(2), 135–156. <https://ndcjournal.ndc.gov.bd/ndcj/index.php/ndcj/article/view/107>
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Oberst, U., Renau, V., Chamarro, A., & Carbonell, X. (2016). Gender stereotypes in Facebook profiles: Are women more female online? *Computers in Human Behavior*, 60, 559–564. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.085>
- Omnicores. (2022). 63 Facebook statistics you need to know in 2022. <https://www.omnicoreagency.com/Facebook-statistics/>
- Ostini, J., & Hopkins, S. (2015, November 30). *Domestic violence and Facebook: Harassment takes new forms in the social media age*. The Conversation. <http://theconversation.com/domestic-violence-and-Facebook-harassment-takes-new-forms-in-the-social-media-age-50855>
- Police cell formed to help female victims of cybercrimes. (2020, November 16). *Dhaka Tribune*. <https://www.dhakatribune.com/bangladesh/cyber-security/2020/11/16/police-cell-formed-to-help-female-victims-of-cybercrimes>
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and Gratifications of social media: A comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350–361. <https://doi.org/10.1177/0270467610380009>
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 169–174. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0056>
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658–1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Sayeed, A., Hassan, M. N., Rahman, M. H., El Hayek, S., Banna, Md. H. A., Mallick, T., Hasan, A.-R., Meem, A. E., & Kundu, S. (2020). Facebook addiction associated with internet activity, depression and behavioral factors among university students of Bangladesh: A cross-sectional study. *Children and Youth Services Review*, 118, 105424. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105424>

- Siddik, M. A. B., & Rahi, S. T. (2020). Cybercrime in social media and analysis of existing legal framework: Bangladesh in context. *BiLD Law Journal*, 5(1), 68-92. Retrieved from https://www.academia.edu/43872195/Cybercrime_in_Social_Media_and_Analysis_of_Existing_Legal_Framework_Bangladesh_in_Context
- Statista. (2022). *Leading countries based on Facebook audience size as of January 2022*. <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-Facebook-users/>
- Steiner, L. (2014). Feminist media theory. In R. S. Fortner, & P. M. Fackler (Eds.), *The handbook of media and mass communication theory*, (pp. 359-379). Wiley.
- Tang, Y., Bashir, M., & Khan, U. (2018). Internal law enforcement challenges in Bangladesh: An analysis. *Humanities and Social Sciences Letters*, 6(3), 106-120. <https://doi.org/10.18488/JOURNAL.73.2018.63.106.120>
- Vehovar, V. & Manfreda, K. L. (2017). Overview: Online surveys. In N. G. Fielding, R. M. Lee & G. Blank (Eds.) *The sage handbook of online research methods* (pp. 143-161). Sage.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2010). *Introducing communication theory: Analysis and application* (4th ed). McGraw-Hill.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction* (9th ed). Cengage- Wadsworth.
- Zhang, Y., Tang, L. S.-T., & Leung, L. (2011). Gratifications, collective self-esteem, online emotional openness, and traitlike communication apprehension as predictors of Facebook uses. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 733-739. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0042>

Phatic Communication on Social Media

Md. Sayeed Al-Zaman*

[**Abstract:** This paper argues that social mediated communication is essentially phatic communication, serving social purposes more than intellectual purposes. Also, social media contents are less *informative*, and users consume them frequently to satisfy their entertainment and social needs. This paper borrowed the concept of *entropy* from Wiener, Shannon, and Fiske and the idea of *sociability* from sociology to construct arguments for this position. At the core of the argument, the paper claims that lower entropic content is preferred by social media users because of its communicative convenience more than higher entropic content.]

Keywords: entropy; social media; redundancy; phatic communication; sociability.

Introduction

When you talk to your friends, what do you talk about? Freud-Lacan? Shannon-Weiner? Or something more ordinary, everyday conversation, like the interesting game you played last night, the show you watched in IMAX, or just asking their whereabouts? Presuming that we primarily communicate with others to maintain social bonds, not to gain knowledge and wisdom, I argue in this article that such ordinary communication cues are essential and have social significance. More precisely, I endeavor to explain the following conceptual problem: Why do people use social media? Do they want to become Socrates by pursuing knowledge on social media? Or do they use it simply for common social purposes? For the sake of my argument, I chose social media, a vital communication space for billions of people worldwide. Social media is “an umbrella term that refers to the set of tools, services, and applications that allow people to interact with others

* **Md. Sayeed Al-Zaman:** Assistant Professor, Department of Journalism and Media Studies, Jahangirnagar University, Savar, Dhaka 1342, Bangladesh & Department of Media and Technology Studies, University of Alberta, Edmonton, Alberta, T6G 2E6, Canada. Email: msalzaman@juniv.edu

using network technologies” (Boyd, 2008, p. 92). I discussed social networking sites (SNSs), such as Facebook, in this paper because of their networkability, popularity, and social significance. Boyd and Ellison (2007) and Boyd (2008) also emphasized SNSs in their research due to SNSs’ comparative and communicative importance.

Relying on the contrasting concepts of entropy and redundancy and knowledgeability and sociability, I posit that social media platforms are full of phatic cues, and users are more likely to engage in communication for social and entertainment purposes, let alone for searching for knowledge and intellectuality. I would also like to acknowledge that such communicative behavior should not be overgeneralized or overstated solely based on the following theoretical argumentations without precise empirical evidence. Therefore, this paper intends only to widen the threshold for further dialogues on this topic.

Phatic Communication: Definition and Debate

Language is a string that binds humans in society together by conveying relationship talks. In this light, phatic communication or expression can be addressed as *small talk* that is more conversational than transactional, allowing communicators to transmit conventional and easily perceptible information. Malinowski (1923) defined phatic expression as an element of communication that mainly serves social functions (e.g., maintaining and building relationships, pleasantries) instead of transmitting “valuable” information and ideas for intellectuality and wisdom. This notion, however, faces some epistemic doubts: How should we measure and determine the *conventionality* and *obviousness* of information? How should we determine the value of information? We can explain these questions in the following ways.

First, the predictability and value of information are subjective and depend primarily on individuals. Second, without contextual analysis (i.e., pragmatics analysis), it might not be possible to define the conventionality and value of information. From this aspect, the previous understanding of phatic communication seems problematic, which should invite further scholarly attention. Žegarac and Clark (1999) also acknowledged that phatic communication had been improperly conceived in scholarly literature despite being an important topic. Moreover, the defining terms of phatic communication, such as a minimum of information vs. a maximum of supportive chat, cognitive information vs. social information, conventionalization, and de-semanticization, are not explanatory (Žegarac & Clark, 1999, p. 228). Sometimes, the utterance can be phatic, although it is not conventionally *phatic*. In that regard, the context and the aim of

conversation seem two critical issues to reconsider while discussing phatic communication.

For this paper, as a working definition, I conceive the idea of phatic communication more broadly as *the* communication that serves a social purpose, that contains plain talks, meanings, and information, and that is more useful to make connections among people (e.g., friendly talk in a coffee shop) rather than producing intellectual insights (e.g., graduate lectures in universities). The merit of such communication may be understood by its content, including trivial popular discourse and trendiness, everyday talk, humor, stories, and cues for sociability. Therefore, instead of an in-depth philosophical approach, I have taken a more conventional approach to explain phatic communication, which seems more aligned with the idea of Malinowski (1923). However, unlike Malinowski, who thought phatic communication was not that important (Malinowski, 1923; Radovanovic & Ragnedda, 2012), I would instead postulate that it has a significant role in the social context.

Entropy, Phatic Communication, and Sociability

The concept of entropy is defined by various theorists, such as Boltzmann, Gibbs, Wiener, Shannon, and Kolmogorov-Sinai, in various disciplines, such as physics, biology, and communication and information studies (Wiener, 1988). For this paper, the entropy of Norbert Wiener and Claude Shannon seems more relevant. When proposing the theory and arguments regarding cybernetics, Wiener (2019) conceptualized entropy broadly as *chaos* and *disorder*: “Just as the amount of information in a system is a measure of its degree of organization, so the entropy of a system is a measure of its degree of disorganization” (Wiener, 1988, p. 37). That means the amount of disorder in a system is that system’s entropy. This statement may also suggest that information and entropy are two different things: information is something expected, whereas entropy is not.

Although Wiener moved toward a broader conceptualization of entropy, Shannon conceived a narrower definition of entropy (Wiener, 2019). Shannon built his theory of information by defining *entropy* as the quantity of information a data source or a message contains. Put another way, entropy is the measurement of the amount of information, which partly lies in the *predictability* of information. The predictability of information can be measured mathematically by asking questions: The more questions you need to ask to know an answer to a question, the more informative that question, message, or topic is. If a piece of information is highly predictable, it is low entropic. On the contrary, lower predictability makes a piece of information highly entropic. In other words, high entropy

indicates high informativeness. This definition of entropy by Shannon later becomes linked to human communication, germinating a new idea called *redundancy* (Fiske, 2010).

The levels of entropy and redundancy explain the un/predictability or un/certainty of information but in contrasting ways, meaning they are opposite (Table 1). The higher unpredictability of a piece of information increases the entropy level while making it less redundant. It implies that redundancy is more about predictable and conventional information that may not aim to improve one's intelligence level. Hence, high entropic information might not be conducive to phatic communication, which requires a more conventional, predictable, and low definition of information, like redundant information. Referring to Wiener's (1988) conception, higher entropy with informational unpredictability and uncertainty tends to amplify disorder and disharmony in communication, which seems less desirable and discomforting for engaged groups. Therefore, according to communication and behavioral theorists (Fiske, 2010), low entropic and highly redundant information benefits human communication and social relations.

Table 01

Features of entropy and redundancy

Entropy	Redundancy
Higher amount of newer information	Lower amount of newer information
Higher level of uncertainty	Lower level of uncertainty
Lower level of predictability	Higher level of predictability
Increases chaos and disorder	Increases harmony and conformity
Conducive for knowledge and intelligence	Conducive to social relationships

In what other ways entropy is relevant to human communication demands further discussion. In traditional communication models, the sender sends an encoded message to the receiver, who must decode it. The decoding process depends on several factors, including the receiver's cognitive ability and the form and type of information. In the case of successful communication, both entropy and redundancy in content need to be balanced. When entropy is too high in content, the receiver needs to put more effort into decoding it.

On the contrary, content with low entropy can easily be decoded and understood because of its less uncertainty and more structuredness. Classical studies on information-seeking behavior expose that humans tend to put less effort into receiving the maximum amount of information from a

source (Sperber & Wilson, 1995). Sometimes, individuals can avoid highly unpredictable content or content that is difficult to decode. From this perspective also, lower entropy makes communication easier.

Knowledge may positively correlate with entropy: the higher the entropy, the more the knowledge. The body of new knowledge contains information people do not know about, that is not predictable, and that logically has a higher entropy. Higher entropic new knowledge sometimes produces discontent and chaos among people if it contradicts any established notion or system (Rogers, 1983). It may also face resistance from various levels of society because many fear that new knowledge may replace the existing knowledge they are more familiar with. In this regard, I would argue that people tend to protect established knowledge systems instead of accepting new knowledge that has a chance of producing dilemmas and disorders. Therefore, people seek entertainment and pleasure more than knowledge. In this case, social media as a communication space allows them to fulfill their affective needs. Put another way, people use social media for relational and emotional purposes rather than educational purposes.

Phatic communication and social media

The intersection between phatic communication and social media is loosely established in academic scholarship, making the concept challenging to frame and explain. From my previous research experience, I observed that social media promotes phatic communication (e.g., the word *social* indicates the purpose of *sociability* of social media), and users are more interested in building informal networks among themselves. In this section, I would argue in favor of social media's phatic services based on three premises and questions: Why do people use social media?; what content do they consume and why?; what do they talk about on social media?

First, why people use social media has been investigated widely by communication scholars to date. They found various driving factors and motivations of users for using different social media platforms. For example, Novak (2008), relying on previous literature, identified 22 reasons for using social media: achievement, affinity, altruism, ambient intimacy, autonomy, collaboration, curiosity, emotional, entertainment, influence, informational, instrumental, peer pressure, positive experience, routinized, self-augmentation, self-esteem, self-expression, self-understanding, share, social capital, and social interaction. In another study, Hoffman and Novak (2012) empirically explored seven driving forces of social media usage: learn, socialize, network, update statuses, shop, new people, and media fun.

Both studies imply that *most* reasons revolve around social functions rather than knowledge and learning.

Some studies found that users actively seek information from social media, such as news (Paulussen & Harder, 2014; Pentina & Tarafdar, 2014; Stassen, 2010). Even some platforms like Facebook and Twitter serve as their primary information source (Bene, 2017; Gottfried & Shearer, 2017; Silver & Matthews, 2017). However, most of these studies did not specify the nature of such information. On the other hand, some studies found contradictory insights as well. For example, Bergström and Belfrage (2018) stated that users seek information on social media, but it might not be their primary goal. Even this information-seeking behavior for acquiring knowledge has been experiencing a gradual drop in the last few years (Al-Zaman & Noman, 2021). In a survey, Smith (2011) explored that 67% of users use social media to stay in touch with their friends and families, and most do not use it for knowledge. If knowledge consists of highly entropic information, these findings suggest that social media users are less attracted by it. Instead, they prefer to become sociable, continuing low entropic phatic communication.

Second, what types of content are consumed more on social media? Referring to the notion that people are more likely to engage in low-entropic content I just discussed, it is essential to understand the content shared on social media platforms. Twitter, for example, allows its users to write posts of not more than 240 characters. Therefore, most posts shared on this platform are somewhat forced to be simple, linear, low entropic, and easy to understand, aiming to inspire public engagement rather than producing and/or spreading knowledge. On the other hand, Facebook allows writing a longer post, allowing users to write complex and higher entropic text.

However, these platforms seem fundamentally designed to invoke *phatic* communication with functional communicative elements, such as reaction buttons and emojis, interactive and endless commenting, sharing, and mentioning options, and interpersonal inboxing options. These are also useful for generating monetary benefits for the companies because the more interaction among users, the more data the platforms produce, and the more profit the companies can make by selling data and advertisements. On top of that, I doubt whether people really want to search for knowledge on Facebook as most users engage more with trivial videos (e.g., Reels) and photos (e.g., memes): this visual bias is increasing rapidly (Al-Zaman, 2022). This tendency indicates the easy accessibility of visual information I have partly discussed in the previous section. Visual and audio-visual content spoon-feeds the information to the users. They do not need to

struggle to accumulate and/or decode information from it, which provides them with some relaxation. Therefore, it can be argued that users are likely to engage with low entropic phatic posts (Radovanovic & Ragnedda, 2012).

Third, what do users talk to each other about on social media? It indicates what binds people and society together and what creates a bridge among people. It is nothing but stories: either long or short, complex or simple, ordinary or elegant, creative or conversational. In fact, in our everyday life, we communicate with each other through various stories (Fisher, 1987). Stories can have topical differences: some can be political (e.g., national history of the plight and pride), and some religious (e.g., holy scriptures, prophets, avatars). While some stories are meticulously weaved and told, some are shorter, conversational, and temporary: both, to a greater degree, aim at *sociability*. Oral storytelling is a traditional practice that has existed for thousands of years across different societies.

However, virtual platforms and digital communication technologies have transformed explicitly and remarkably how stories are told and interacted with nowadays. Such stories and storytelling have unique features, which can be viewed from contrasting perspectives. In many cases, on the one hand, social media stories and storytelling seem more short-lived and less impactful, casual, and conversational and serve an immediate purpose. For example, when Facebook users share their casual experiences on their profiles, other Facebook friends comment on these posts. These shared stories may not have continued profound impacts on others' lives. A large share of shared stories on social media is like this.

On the other hand, such platforms serve as archives, stories can be lengthy and complex and have long-term impacts. For example, the engagement of many users in news and discourse regarding a particular governmental policy may lead to a policy change, say, establishing digital centers in rural Bangladesh where people are deprived of digital technologies, which can have long-term impacts on the professions, skills, and livelihoods of the associated people. This sort of engagement and sharing is also commonplace on social media but is more complex and multilayered than in the previous type of stories. Such broad and impactful stories are helpful for social media campaigns and online mobs and movements. *Hashtivism*, for example, can only be possible when there is a suitable shared story that many people believe in and share. Sometimes intellectual debates and discourse are also built around these stories.

However, it is still contested and under-investigated that the largest share of the users participates in critical discourses for intellectual deeds.

It might merely be a trend that most people like to participate in by observing others, which gives them a sense of community and belongingness. It is a crucial function of sociability that offers people a psychological bond and shelter, more of an *imagined community*, in the trade of their engagement. I argue that this practice leads to virtual *sociality* more than intellectuality.

Conclusion

To sum up, we can state that “people crave connection” through trivial communication, not scientific knowledge, following unpredictability and highly entropic information (Makice, 2009). In light of this discussion, however, some might wonder whether social media through low entropic phatic communication *always* serves the purpose of sociability. How would we define individual and group contention and mob behavior on social media if it really does? How should we define the role of social media communication in disintegrating social cohesion through inflicting or promoting harmful content and violence? Social media platforms are indeed cultivating more harmful content, perhaps to generate more profit from increased users’ participation around such content, such as misinformation (Hao, 2021). Here, we also should ask questions like, do many users tend to communicate with harmful content? Studies show that most users refuse to communicate with such content (Altay et al., 2022). If some people do, then in one way, it inspires chaos and disorder; in another, it creates a bond among those same-minded people who positively communicate with such content. Also, trusting misinformation indicates users’ reluctance to properly decode the content’s true meaning and informational value by cross-checking with other available information sources. Therefore, more empirical studies should be required to explain such gray areas appropriately.

Reference

- Al-Zaman, M. S. (2022). Are social media users becoming more visually biased? *Media Asia*, 49(1), 84–87. <https://doi.org/10.1080/01296612.2021.1966577>
- Al-Zaman, M. S., & Noman, M. M. S. (2021). Social Media News in Crisis? Popularity Analysis of the Top Nine Facebook Pages of Bangladeshi News Media. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 9(2), 18–32. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2021.9.2.2>
- Altay, S., Hacquin, A.-S., & Mercier, H. (2022). Why do so few people share fake news? It hurts their reputation. *New Media & Society*, 24(6), 1303–1324. <https://doi.org/10.1177/1461444820969893>

- Bene, M. (2017). Influenced by Peers: Facebook as an Information Source for Young People. *Social Media + Society*, 3(2), 1–14.
<https://doi.org/10.1177/2056305117716273>
- Bergström, A., & Belfrage, M. J. (2018). News in Social Media. *Digital Journalism*, 6(5), 583–598. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>
- Boyd, D. M. (2008). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics* *Taken out of Context* [University of California, Berkeley].
https://doi.org/10.30965/9783846755778_085
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/J.1083-6101.2007.00393.X>
- Fisher, W. R. (1987). *Human communication as narration: toward a philosophy of reason, value, and action*. University of South Carolina Press.
- Fiske, J. (2010). *Introduction to communication studies*. Routledge.
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2017). Americans' online news use is closing in on TV news use. In *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/09/07/americans-online-news-use-vs-tv-news-use/>
- Hao, K. (2021). *Phatic communication: A critical approach to social media*. MIT Technology Review.
<https://www.technologyreview.com/2021/03/11/1020600/facebook-responsible-ai-misinformation/>
- Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (2012). Why Do People Use Social Media? Empirical Findings and a New Theoretical Framework for Social Media Goal Pursuit. *SSRN Electronic Journal*, 1–33.
<https://doi.org/10.2139/SSRN.1989586>
- Makice, K. (2009). Phatics and the design of community. *Conference on Human Factors in Computing Systems*, 3133–3136.
<https://doi.org/10.1145/1520340.1520445>
- Malinowski, B. (1923). The Problem of Meaning in Primitive Languages. In C. K. Ogden & I. A. Richards (Eds.), *The Meaning of Meaning* (pp. 296–336). Trench and Trubner.
- Novak, T. P. (2008). The Social Web. *Proceedings of Marketing Science Institute Immersion Conference*, 14–15.
- Paulussen, S., & Harder, R. A. (2014). Social Media References in Newspapers. *Journalism Practice*, 8(5), 542–551.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2014.894327>
- Pentina, I., & Tarafdar, M. (2014). From “information” to “knowing”: Exploring the role of social media in contemporary news consumption. *Computers in Human Behavior*, 35, 211–223. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.045>
- Radovanovic, D., & Ragnedda, M. (2012). Small talk in the digital age: Making sense of phatic posts. *CEUR Workshop Proceedings*, 838, 10–13.

- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovation* (3rd ed.). The Free Press.
- Silver, A., & Matthews, L. (2017). The use of Facebook for information seeking, decision support, and self-organization following a significant disaster. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1680–1697. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1253762>
- Smith, A. (2011, November 15). *Why Americans use social media*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2011/11/15/why-americans-use-social-media/>
- Sperber, D., & Wilson, D. (1995). *Relevance: Communication and cognition* (2nd ed.). Blackwell Publishing.
- Stassen, W. (2010). Your news in 140 characters : exploring the role of social media in journalism. *Global Media Journal*, 4(1), 116–131. <https://doi.org/10.5789/4-1-15>
- Wiener, N. (1988). *The Human Use Of Human Beings: Cybernetics And Society*. Da Capo Press.
- Wiener, N. (2019). *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine* (2nd ed.). The MIT Press.
- Žegarac, V., & Clark, B. (1999). Phatic interpretations and phatic communication. *Journal of Linguistics*, 35(2), 321–346. <https://doi.org/10.1017/S0022226799007628>

The journey towards a Football Stadium: Football Fandom in Iran and Jafar Panahi's *Offside* (2006)

Manas Ghosh*

Introduction: Football as Public Culture in Iran

Football Iranian Style (2001) is a documentary film made by Maziar Bahari which explores and documents the personal emotions and national feelings of football fans of contemporary Iran. Iranian soccer lovers, both boys and girls, eloquently articulate their passion for football and express their desire for being present in the arena on the occasion of the national soccer team's performance in international matches. Cultural critic Shiva Balaghi (2003, p. 54) explains: "The stadium [...] has become a rare social space where Iranian youth can transcend boundaries of authority and express themselves with relative lack of inhibition".

In the last two and half decades, the Iranian national soccer team played several important international matches. In the year 1997, they drew a match against Australia in Melbourne and consequently qualified for the France World Cup finals. In March 2005 they beat Japan by a 2-1 score-line in a World Cup qualifier held in Tehran's Azadi stadium. They defeated Bahrain by 1-0 in the same year and same venue and paved their way again for the world cup finals. Following their national team's success in international matches, massive euphoria and gala festivity among people from all strata of the society swayed Iran. In the streets, teahouses, buses and educational institutions – men and women came out and joined celebrations by lighting candles, exploding firecrackers, dancing on the street, shouting and singing spontaneously.

As the news of Iran's victory spread through radio and television, the jubilant crowd transformed the public spaces into sites of carnival. At least for a few hours, social inhibitions, religious prohibitions and legal restrictions were visibly subverted by huge public celebrations. Men and women danced on the street; women forgot to take care of their *hijab* and

* **Manas Ghosh:** Manas Ghosh, PhD., Assistant Professor, Department of Film Studies, Jadavpur University, India.
Email: manask.ghosh@jadavpuruniversity.in

cops were hardly found around. Bahari's documentary shows how a victory in a football match gifts the moment of transgression in Iran's national life. Balaghi (2003, p. 54) explains: "Under the spell of football, complex ideological, political and economic divides seem fading, [away...]".

Bahari's documentary includes footage of mass celebrations in Tehran streets on the eventful evening of November 29, 1997. Iran drew against Australia a few hours ago and the national team was elevated to the final round of World Cup football after two long decades. Noted journalist Mahin Gorji recalls that night's mass celebration over the historic success: "I think we heard the silenced scream of the Iranian youth for the first time in 20 years" (Balaghi 2003, p. 54). In a final round match of the 1998 soccer World Cup, Iran got an impressive 2-1 victory over the USA. Iranians all over the globe proudly cheered the incident. Bahari (2003, p. 55) comments: "That victory unified all the Iranians. For 25 years, the Iranian diaspora and Iranians inside the country didn't have a common cause to cheer for. Football gave them a chance to do that".

The victory in an international football match put up an emotional bridge that connected home and exile. Since the 1960s, several nationalist and radical thinkers of Iran – poets, journalists, writers, politicians, professors, filmmakers, activists and social workers were forced to leave their country. In the post-Islamic Revolution decades, the situation merely improved. The exiled Iranians took refuge in Germany, France, Italy, the USA, the UK and other countries (Haghighat, 2011). Most of the expatriate Iranians nurtured nationalist feelings in the core of their hearts. Not too many glorious events took place in the national history of Iran in the last few decades which could make them proudly announce their Iranian national identity. Globally acclaimed films made by contemporary Iranian filmmakers and Iran's victory in World Cup football matches had been the only exceptions. Film and football brought worldwide recognition to them in the milieu of global culture. Bahari's film addresses the feelings of different sections of people toward football. From a progressive university student to a cleric, Bahari's camera interacts with a large spectrum of citizens.

The film infers that not merely a genuine passion but enthusiasm for soccer has had a deeper root in contemporary Iranian society. This "deeper root", as we witness in Bahari's documentary, is found if we look at the huge and die-hard soccer fandom associated with domestic football in Iran. Two major teams have been *Persepolis* (estd. in 1964) and *Esteghlal* (estd. in 1945 as *Dočarxe Savârân*).

Balaghi (2003, p. 56) rightly explains: "The power of Bahari's film lies at the confluence of film and football, showing the ways that both arenas

refract and reflect the complex ways that various social groups engage with the political structures". In front of Bahari's camera, the people who are interviewed communicated their strong opinions and rational ideas tinted with love and personal feelings for football. Bahari's film shows that the game transcends the boundary of mere entertainment and becomes a part of the democratic-popular aspirations. Filmmaker Jafar Panahi (2007) also talks about football in a similar way: "In Iran [...] football is very important. As you can imagine, majority of distractions are limited. [...] It's an opportunity to shout, let themselves go, expels all the pent-up energy within them" (Jafar Panahi on *Offside*).

The euphoria and popular sentiment associated with the football culture in Iran is being communicated regularly to the public by the Persian newspapers with great importance. The frontline Iranian newspapers including the sports newspapers regularly publish reports and opinion pieces on Iran's success in international football. Ali Ziaee, Adib-Moghaddam et. al. (2021) studied the language of some reports and editorials regarding football published in leading newspapers like *Abrar-e-Verzashi*, *Khabar-e-Varzeshi* and *Iran-e-Varzeshi*. The study reveals that most of the write-ups described the Iranian football team (during FIFA tournament 2018 and AFC cup 2019) as "determined and conscientious". Some write-ups emphasized that "our team" is "oppressed but great". It is needless to mention that almost all write-ups equated national pride with the Iranian soccer team's bright presence in the international arena. On 25 June 2018, *Abrar-e-Verzashi* described the Iranian team's performance in the FIFA tournament, "the national team underpinned its matches on the principles of courage, truth, commitment and sacrifice." On 27 May 2018, *Khabar-e-Varzeshi* remarked, "Iran is a team of 80 million people not only 23 people" (Ziaee, Adib-Moghaddam et. al. 2021).

The use of the words like "conscience", "truth", and "sacrifice" very clearly signifies that it is not limited to mere accountancy of victory/defeat or success/failure. The words hint toward the connection between soccer and the emotional and ethical values of public life in Iran.

The umbilical relationship between football and Iranian modernity has been referred to by the Iranian masters since the rise of the new wave in Iranian cinema in the early 1970s. Abbas Kiarostami, in the early phase of his career, made several short films that referred to football directly. His first feature-length film *The Traveler*, 1974 is based on the story of a football-crazy boy whose only aspiration is to go to watch the Iranian national side's soccer encounter with a foreign team. The sole narrative motivation in Kiarostami's film comes from the boy's effort to reach Tehran and get inside the stadium. To fulfill his dream, the boy ensues desperately.

He breaks moral and social codes – he absents classes; steals money from his mother; cheats other boys and raises funds to go to Tehran and to buy a ticket to the match. Finally, he runs away from home on the previous night of the match and takes a bus off to Tehran. The stadium is set as the ultimate goal in this journey of transgression.

In *Bread and Alley* (1970), a short film made by Kiarostami, a boy, with a large piece of bread in his hand, is seen engrossed in kicking an emptied and abandoned beverage can on his way back home. In a long take, his camera captures the boy who is preoccupied with kicking the object with great footballing skills. The pleasure of the boy and the innocence of his actions are depicted in Kiarostami's signature style. In another short *Recess* (1972), Kiarostami's camera opens with a scene where a schoolboy Dara who is obsessed with playing football is punished by his teacher because he has broken window glass as his kick led the ball bang on it.

In Majid Majidi's globally acclaimed film *Children of Heaven* (1997), soccer plays a vital role in the development of the narrative. The film tells the story of two children of poor parents – a brother and a sister. The boy Ali, a student and a part-time worker love football passionately. In his poverty-ridden life, euphoric moments come when he talks about football. Football is a part of the quotidian culture, but it brings moments of redemption as well. Amir Naderi's *The Runner* (1985) is another film that deserves mention. The film narrates the hard life of a group of orphan children who work in a dockyard. It appears in the film as one of the rarest beautiful moments when they are playing football at daybreak.

Methodology

The article will show how in *Offside* Jafar Panahi qualitatively transforms the space of confinement into a space of liberty. The article will also note how the narrative and visual strategies of communication adopted by the film director construct a radical feminine (public) sphere in the film. The article will present a close reading of the film texts. The analysis of the film will be done by invoking the methods and tools of hermeneutic study evolved in the disciplinary framework of cultural studies and film studies. Panahi's film will be critically read in a larger context of the development of Iranian modernity in contemporary decades.

Women and Football Fandom in Panahi's *Offside*

Jafar Panahi has made a film on the Iranian youth's craze for football but this time the protagonist is a girl. The entry of women into a football stadium is prohibited in Iran in the current regime. In 2005 Iran took on Bahrain in a significant World Cup Qualifying match in Teheran's Azadi

Stadium. A girl tries to enter the stadium masquerading herself. At the entrance of the stadium, she is identified and caught by the guards. Panahi sets this film on the very day of the match; the location is also real. The film intends to present the documentation of space, time, character and reality (Wisniewski, 2007).

The idea to make such a film evolved in his mind a few years before he conceptualized the film. After Iran's tie with Australia in the away match in December 1997 which lifted them to the France World cup's final round, the team came back home and the government organized a felicitation in Tehran's Azadi Stadium. The ministry of culture requested "sisters" to watch the event on television since women's entry into the stadium was prohibited. But thousands of women assembled outside of the stadium and finally five thousand women crashed the gate. They pushed aside the policemen using physical power. The women entered the stadium forcibly and enjoyed the match. They sang, raised the slogan and danced in the gallery; some of them removed scarves from their head (Chehabi, 2002). For that few hours, most of them put out of their mind the social inhibitions and legal restrictions. To the modernists and democrats of the country, it was a historic moment.

Panahi mentions about two of his contemporary experiences which worked in the back of his mind and motivated him to make the film on the issue of women's attempt to get inside the football stadium to watch the Iranian national soccer team's encounter with a foreign side. In 2005, Iran beat Japan in a FIFA World Cup primary round match at the Azadi Stadium and endorsed the dream of qualifying for the world cup finals. Outside the main gateway of the stadium there stood an army helicopter cordoned by military personnel. As the match ended, the huge triumphant mass of Iranian football fans was exiting through the gate. Some overjoyed people came closer to the helicopter. The security personnel pushed them back forcefully and charged baton. As a result, huge chaos and pandemonium broke out. Many people were stampeded and seven lost their lives. The next morning newspaper published photographs of six persons. The identity of one person was not disclosed. Many people in Iran believed that one among the seven dead persons was a girl in masquerade whose photograph was not published and whose identity was never disclosed. Panahi himself knows in person, not the dead one, but one or two girls who got injured in the accident (Jafar Panahi on *Offside*).

He recalls another incident. Iranian National side's practice camp was organized in a stadium that was not very far from Panahi's residence in Teheran. Often in the afternoon, Panahi would go to watch the national soccer team's practice. One day his little girl expressed her desire to

accompany him. He tried to make her understand and explain the rules that girls were not allowed to sit inside the stadium with male spectators. But she could not be resisted. As expected, she was stopped by the guards at the gate. Having assumed that she would go back home, Panahi alone got inside the stadium. But after some time, he noticed with utter surprise that she managed to sneak inside the stadium perhaps through a little hole in the wall of the complex (Shahrokni 2020).

Panahi was moved by her fraught passion for football! And he could not afford to lose the immediate opportunity to make a film on the issue of Iranian girls' strong desire to be present in the gallery in a football match. As the schedule of the next match of Iran against Bahrain at the Azadi Stadium was fixed, Panahi got prepared to make his film. He told the outline of the theme of his film to the government authority and got permission to shoot. He told he was going to make a film with male protagonists only (Panahi and Maruf, 2006).

Anyway, before the authority noticed that the story of the film focused on the female protagonists (in the disguise of male), Panahi could find ample scope to complete the real location shootings outside the stadium on the very day of the match. In *Offside*, Jafar Panahi retains the form of documentary realism that has become his signature-style. The film is shot mostly in real locations. The characters are played by girls who are students of Teheran University and are very keen to watch Iran play at the Azadi Stadium. All characters in the film are played by non-professional actors who are passionate about football. Panahi also restores the continuity of real-time in this film. That is, the narrative of the film tries to retain the "ninety minutes" span of the play time (Wisniewski, 2007).

Jafar Panahi, so long the filmmaking style is concerned, carries forward the legacy of social realism developed in Iranian Cinema since Darius Mehrjui's *Guv* (1969) and he could build up his style as an auteur. Panahi started his filmmaking as an assistant to Abbas Kiarostami. Also, the screenplay of Panahi's two films *The White Balloon* (1995) and *Crimson Gold* (2003) was co-written by Kiarostami. Though Panahi started as a disciple of Kiarostami, his filmmaking style and narrative treatment gradually became different from Kiarostami's. While Kiarostami's goal was philosophical Panahi's has been social and sociopolitical. In that sense, Panahi's style and objective are closer to Neorealism. His every film shows a social commitment at the end of the day. His mode of filmmaking has been informed by documentary realism, minimalist deployment of craft, exploring outdoors and the use of non-professional actors. In particular, the construction of physical and social space in Panahi's film looks very interesting. And his films masterfully connect the space with the subjects/characters. *The Circle* (2000), *Crimson Gold* (2003), *Offside*

(2006) and *Taxi* (2015) are very good examples where the action of the character(s) intervene(s) in the institutionalized nature of the social and physical space and finally attempts to radicalize it.

The girl in *Offside* has been caught at the final entry point of the stadium and taken to the rooftop of the stadium. There, the police construct an open-air make-shift prison by barricading a space with movable iron railings. The girl finds three other girls who have been already arrested for their attempts to enter the stadium masquerading their identity. Now the way Panahi arranges the pro-filmic space is interesting enough. The camera primarily concentrates on the defined space of the temporary prison occupied by the arrested girls. When the camera photographs them frontally, they are usually shown against the background of a flat high wall on the rear side of the gallery. At one corner there is a narrow emergency gate of the stadium through which only a small part of the field is visible. It is really interesting to note how in course of the progression of the narrative the defined space of "confinement" of the captive girls is qualitatively transforming into a space that offers relatively a sense of vitality, warmth and "liberation".

The captive girls request a soldier to watch the game carefully through the small emergency gate and to give a running commentary of it. As the soldier is delivering the commentary, the girls are often seen getting excited by the dramatic consequence of the match. They pass comments; they throw their hands in despair as Iranian players miss easy scoring opportunities. They often seriously discuss technical aspects of football. Gradually, as the girls get involved in the match, the small barricaded space of the temporary prison with a visually flat and dull background is getting enlivened up.

In the meantime, two more girls have been caught by police, one from inside the stadium. They are brought to the rooftop and put behind temporary bars. They readily obtain a warm welcome from the other captive girls. A girl among them employs a trick to escape. She requests soldiers allow her to go to the toilet. A soldier escorts her to the washroom. Finally, she can befool the soldier. She escapes and mingles with the huge crowd of the gallery. However, as she dramatically comes back after a few minutes of her own will, other girls surround her and eagerly inquire how Iranian players are performing on the field. She enacts the game that she has just witnessed. Their excitement, enthusiasm, discussions and actions convert the small arena of confinement into a quasi-social feminine public sphere full of vitality and youthfulness.

It is important to note that the film never shows much interest to demonstrate the visuals of the field where the match is going on. The excitement of the match has been routed through the confined girls. We

come to know about the match as the girls are discussing the match. Since the girls are not allowed to watch the match, Panahi's camera never allows the viewer of the film too to watch the match directly. The visual strategy posits the spectator to an extent the position of the confined girls who have been deprived of watching the match being present in the gallery.

Meanwhile, a father enters the scene who is searching for his daughter in the stadium. The narrative of the film started with a sequence where a father crazily tries to find his daughter in the street. Her daughter had reportedly run away from her college and presumably in the disguise of a boy journeyed towards the stadium. The father finally locates his daughter among the captive girls. The father, who must be loyal to the highest "government rule" starts scolding his daughter madly but is readily resisted and pacified by the soldiers. The soldiers refuse to devolve the girl to her father. The dejected father is seen waiting seated down lonely in a corner. The girls continue their conversation about the football match ignoring the presence of the father. Jafar Panahi's narrative strategy and the strategy of spatial construction as well seclude the father. As far as the moral economy of the narrative is concerned, the seclusion of the father de-legitimizes his authority as a patriarch, at least for sometime.

Conclusion

The primary resolution is attained in Jafar Panahi's *Offside* as the captive girls transform the space of their incarceration into a relatively sovereign and vivacious feminine sphere. The resolution is not based on the utopian concept of freedom and humanism but is supported by historical facts. Iranian women have not responded passively to the slow process of reformation; rather they have confronted the state and the patriarchal order by organizing strong mass movements and socio-political and cultural activism. The modern women of Iran, by the long history of the feminist movement, have been able to achieve a space for raising their voices independently in social, political and cultural affairs.

The final resolution in the narrative is reached in the ultimate sequence of the film as the euphoric crowd liberates the girls. The girls finally come out and mingle in the crowd; a song titled *Ey Iran* is sung in the background. The people on the street are also singing the same song collectively. The song refers to a significant chapter of the national history of Iran. To understand the implication of the song, let's discuss some salient points of the cultural history of modern Iran in brief.

The Constitutional Revolution (1906-11) attempted to modernize the politics and society of Persia (later known as Iran). Its success was quite significant yet very limited. The Revolution brought many changes but

failed to achieve a proper democratic system (Abrahamian 1979). Hamid Dabashi notes that in the 1920s "Iran was ruled by a weak constitutional monarchy; [...] a self-conscious national bourgeoisie is increasingly dependent on the colonial economy" (Dabashi, 2001, p. 17). As a result, the formation of the modern individual subject as democratic citizen remained unfulfilled. In the mid 1920s, a counter-revolution that betrayed the constitutional revolution brought back monarchy in Iran as Reza Shah Pahlavi enthroned himself as the new legal monarch. As a result of which the democratic aspiration of the nation faced another major setback.

But in the 1940s, at the onset of World War II, foreign military forces camped in Iranian territory. Reza Shah Pahlavi left Iran in 1941. The Iranian territory was virtually divided into various parts controlled by foreign forces. As a result of the political turmoil, the authoritarian command of Shah over Iranian politics and cultural activism was slackened. The democratic-nationalist voice of the Iranian people which was strangled by the Shah government was rejuvenated. The radical thinkers in politics and culture started raising their strong voices against the foreign invasion from outside and the fundamentalism-authoritarianism nexus from inside the country. They demanded the end of colonial and neo-colonial dependency on the Iranian economy and politics (Matin-Asgari, 2018).

The latter half of the 1940s brought the springtime for all kinds of modernist thinking in Iran. In the year 1946, Hossein Gol-e-Golab, a scientist, physician and modern poet of Iran, wrote the lyric of a patriotic song popularly known as *Sorud-e-Ey Iran*. The song was his poetic response to an ugly incident that he witnessed. He saw that a native Iranian greengrocer was being beaten up in the city street by an American soldier. He wrote the spirited song *Ey Iran* as a protest and a call for decolonization. Gol-e-Golab's song later became the *de facto* national anthem of Iran. Though the song could have the status of "official" national anthem only for a very short time (1946-1957) in history, the radical counterpart of Iranian people accepted *Ey Iran* as their national anthem. In fact, in the transitional years between the fall of the Shah regime and the establishment of the new Islamic Republic, the song was popularly used as the national anthem of Iran (Mottahedeh 2019).

Panahi (2007) says: "The song speaks of our country and our people, not the States that have governed it. That is why we love it more and more with the passing day" (Jafar Panahi on Offside). He invokes *Sorud-e-Ey Iran* in the concluding scene of *Offside* to historically relate the moment of popular carnival with the spirit of radicalism. Thus, the final resolution is

achieved in the film. The journey of Iranian women toward the stadium is transformed into a metaphor for a journey through history.

Postscript

On 10 October 2019, after four decades of the ban, Iranian women were finally allowed to enter the Azadi Stadium to watch Iran's soccer encounter against Cambodia in a FIFA qualifying match. More than 3000 tickets were sold to the women spectators though the demand was much higher. *Aljazeera* webpage reported the match with the headline *Iran beat Cambodia 14-0 in a historic match attended by women* (Aljazeera, 2019). The report went with a colorful picture of ecstatic Iranian women football fans spectating a match at the gallery of the stadium proudly holding Iranian national flags. Alireza Hassanzadeh's (2019, p. 93) anthropological study on the female representation of Iranian soccer fandom rightly concludes: "Women played a discursive role through soccer in the public sphere and space, and this elevates their role as the creators of national symbols. [...] While the normative policy shows a formal culture, female club liminality uncovers a kind of spontaneous and informal culture."

But this long-standing demand of women is achieved only after the tragic death of woman football fan activist Sahar Khodayari, popularly known as the *Blue Girl*, on 9 September 2019. She set herself ablaze outside a Tehran court in protest of her victimization and punishment after she attempted to enter Azadi stadium in disguise as a male to watch the football match between her favorite team Esteghlal and UAE's al-Ain in March 2019. She had been caught by the police outside Azadi stadium, detained and ordered to appear before the court later. Khodayari's death created massive repercussions in social media and the public sphere in Iran. Many important personalities from the film world including Jafar Panahi criticized the government on this issue. The captain of the Iranian national soccer team Masoud Shojaei also mourned the death of Khodayari. Esteghlal footballers in the next match observed one minute's silence in memory of the woman fan Sahar Khodayari. Several members of the parliament who belong to the liberal side raised their voices in *Majlis*. The FIFA authority wrote a strong letter to the Iran government to withdraw the ban on women's entry into the stadium (Shahrokni & Sofos, 2019).

The cumulative result of all these incidents and decades of sustained movement finally forced the Iranian government to allow women football fans, though in limited numbers, to enter the stadium with men. The dream of Jafar Panahi has come true.

References

- Abrahamian, E. (1979). The causes of the constitutional revolution in Iran. *International Journal of Middle East Studies*, 10(3), 381-414.
- Aljazeera (2019). Iran beat Cambodia 14-0 in historic match attended by women. <https://www.aljazeera.com/sports/2019/10/10/iran-beat-cambodia-14-0-in-historic-match-attended-by-women>, Accessed on 3 July 2022.
- Balaghi, S. (2003). Football and Film in the Islamic Republic of Iran. *Middle East Report*, (229), 54-56.
- Chehabi, H. E. (2002). A political history of football in Iran. *Iranian Studies*, 35(4), 371-402.
- Dabashi, H. (2001). *Close Up: Iranian Cinema: Past, Present and Future*. Verso.
- Hassanzadeh, A. (2019). Iranian Women, Inside or Outside of the Stadium? An Anthropological Study on Female Representation of National Identity in Iran. *Journal of Sociology of Social Institution* 5(12), 73-100.
- Haghighat, E. (2011). The Iranian Diaspora: Its Formation and Transformation. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies* 20(3): 372-382.
- Jafar Panahi on Offside (2007). *Payvand Iran News*. Web. 10 Nov 2020. <http://www.payvand.com/news/07/mar/1090.html>. Accessed on July 22, 2022.
- Matin-Asgari, A. (2018). *Both Eastern and Western: an intellectual history of Iranian modernity*. Cambridge University Press.
- Panahi, J and Maruf, M. (2006). Offside Rules: an Interview with Jafar Panahi. *Open Democracy*. Web. 10 Oct 2012. www.opendemocracy.net/arts-Film/offside_3620.jsp
- Shahrokni, N. (2019). *Women in place: The politics of gender segregation in Iran*. Univ of California Press.
- Shahrokni, N. & Sofos, S. (2019). Mobilizing Pity: Iranian Women on the Long Road to Azadi Stadium. *Jadaliyya*. <https://www.jadaliyya.com/Print/40131>, Accessed on July 25, 2022.
- Wisniewski, C. (2007). An Interview with Jafar Panahi. *Reverse Shot* 19. Web. 20 Oct. 2012. http://www.reverseshot.com/article/jafar_panahi_interview
- Ziaee, A., Adib-Moghaddam, A. et.al. (2021). Football and the Media Construction of Iranian National Identity during the FIFA World Cup 2018 and AFC Asian Cup 2019. *Soccer and Society* 22:6, 613-625.

জাতীয় চেতনার কর্পোরেটকরণ: আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে প্রকাশিত ...

Journal of Journalism and Media
Vol. 4 • 2022 • ISSN 2409-479X

জাতীয় চেতনার কর্পোরেটকরণ: আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে প্রকাশিত বিজ্ঞাপন বিশ্লেষণ

নওশীন জাহান ইতি*

[সার-সংক্ষেপ : গণমাধ্যম আজ কর্পোরেট গোষ্ঠী ও পুঁজিবাদীদের স্বার্থ হাসিলের মাধ্যমে পরিণত হয়েছে। যে মহান দায়িত্ব নিয়ে গণমাধ্যমের সূচনা তা আজ বহুলাংশেই বিস্মিত হচ্ছে। বিভিন্ন দিবসগুলোকে কেন্দ্র করে নিজেদের পণ্যের বিজ্ঞাপনে জাতীয় চেতনা ব্যবহার করে পাঠক দর্শক আর ভোক্তাদেরকে আকৃষ্ট করতেও পিছপা হচ্ছে না কর্পোরেট গোষ্ঠী। ভোক্তাদের কাছে নিজেদেরকে পরিচিত করছে দেশপ্রেমিক, মাতৃভাষা প্রেমিক হিসেবে। এরই অংশ হিসেবে বর্তমানে বিজ্ঞাপনের ভাষা ও চিত্রে সূক্ষ্ম বিপণন কৌশলের অনুপ্রবেশ লক্ষ্য করা যাচ্ছে। সাদামাটা তথ্যের পেছনে লুকিয়ে রয়েছে নিগূঢ় আরেক তথ্য। এজন্য বিজ্ঞাপনের ভাষা আর চিত্রকে গভীর ভাবে বিশ্লেষণ করে দেখতে হবে। ২০১৭ সালের ২১শে ফেব্রুয়ারিতে বাংলাদেশের সর্বাধিক প্রচারিত দৈনিক সংবাদপত্রগুলোতে মহান ভাষা দিবসকে কেন্দ্র করে কিছু বিশেষ বিজ্ঞাপন প্রকাশিত হয়েছিল। প্রকাশিত এই বিজ্ঞাপনগুলোর ভাষা, রঙ ও চিত্র বিশ্লেষণের মাধ্যমে পুঁজিবাদী অর্থনৈতিক ব্যবস্থা দ্বারা পরিচালিত সংবাদপত্রগুলোতে বিজ্ঞাপন আসলে কি ধারণা বহন করেছে তাই মূলত এই গবেষণায় অনুসন্ধান করা হয়েছে। বিজ্ঞাপনগুলোর সেমিওটিক বিশ্লেষণে দেখা গেছে ভাষা দিবসের প্রতি শ্রদ্ধা নিবেদনের ছদ্মবেশে বিজ্ঞাপনগুলো প্রকৃতপক্ষে নিজ নিজ পণ্যের বাজার প্রসারের লক্ষ্যেই কাজ করে গেছে।]

মূল শব্দ: চেতনা, কর্পোরেটকরণ, মাতৃভাষা, বিজ্ঞাপন।

* নওশীন জাহান ইতি : প্রভাষক, জার্নালিজম এন্ড মিডিয়া স্টাডিজ বিভাগ, জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়। ইমেইল: nowshinjahanetee@juniv.edu

ভূমিকা

বর্তমানে আমাদের যাপিত জীবনের নানা প্রয়োজনীয় অনুষঙ্গ সম্পর্কে তথ্য পেতে আমরা গণমাধ্যমের দ্বারস্থ হচ্ছি। আর এক্ষেত্রে বিশেষ ভূমিকা রেখে চলেছে বিজ্ঞাপন। বিশ্বজুড়ে গণমাধ্যম যে প্রবল প্রভাব বিস্তার করছে তা কোনো তাৎক্ষণিক প্রক্রিয়ায় ঘটেনি। এর অন্তরালে আছে এক সুপরিকল্পিত, সুসংহত উদ্দেশ্য। আর তা হচ্ছে ব্যক্তিকে বাজারমুখী করে তোলা এবং ভোক্তা সমাজ প্রতিষ্ঠা করা। হার্বার্ট শিলার যেমন বলেন, "গণমাধ্যমের কাজ হচ্ছে বিক্রি করা ও বিক্রিতে সহায়তা করা" (ওয়েবস্টার, ২০০২, পৃ. ১৩২)। আর গণমাধ্যমের এই উদ্দেশ্য চরিতার্থ করার জন্য সাহায্যের হাত অনাদিকাল থেকেই বাড়িয়ে দিয়েছে বিজ্ঞাপন। বিজ্ঞাপন শুধু আমাদের নানা বিষয় সম্পর্কে নির্দোষ তথ্য দেয় না বরং তথ্যের নিরীহ চেহারা ভেঙে দুমড়ে মুচড়ে বিজ্ঞাপন এখন যেকোনো মূল্যে পণ্যের প্রচার ও প্রসারের দায়ভার কাঁধে নিয়েছে।

সময়ের সাথে সাথে ভোগ্যপণ্য প্রচারের কায়দা কানুনে এসেছে নানা পরিবর্তন। এখন দৈনিক পত্রিকার পাতা উল্টানোর আগেই পাওয়া যায় মোড়ক বিজ্ঞাপন। কখনো বা দেখা যায় বিজ্ঞাপনের ফাঁক ফাঁকরে কোনো মতে জায়গা পেয়েছে সংবাদ। এ তো গেলো বিজ্ঞাপনের অবস্থানগত বর্তমান পরিস্থিতি। কিন্তু বর্তমানে কর্পোরেট প্রতিষ্ঠানগুলো তাদের বিজ্ঞাপনের জন্য শুধু পত্রিকার জমিন কিনেই সন্তুষ্ট নন। তারা এখন বিজ্ঞাপনের আধেয়ের সাথে আমাদের জাতীয় চেতনার সূক্ষ্ম মিশ্রণ ঘটাতেও কুণ্ঠা বোধ করছে না। জাতীয় বিভিন্ন দিবসগুলোকে সামনে রেখে ভোগবাদী সমাজ গঠনের জন্য বিভিন্ন পণ্যের বিজ্ঞাপনেও জাতীয় চেতনার সংমিশ্রণ করা হচ্ছে নির্বিচারে।

গবেষণার যৌক্তিকতা

বিজ্ঞাপন এখন নিছক পণ্যের বিজ্ঞাপন হিসেবে কাজ করছে না। বরং এখন বিজ্ঞাপনের মাঝে লুকিয়ে রয়েছে স্বার্থান্বেষী গোষ্ঠীর নানা উদ্দেশ্য। তাই বিজ্ঞাপনকে দেখতে হবে গভীরভাবে। বিজ্ঞাপনের পেছনের উদ্দেশ্যও আমাদের বুঝতে হবে। এমতাবস্থায় বিশেষ দিবসগুলোতে সক্রিয় হয়ে ওঠা বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য যাচাই করা অতীব জরুরী। আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে দৈনিক সংবাদপত্রে প্রকাশিত বিজ্ঞাপনগুলোর অবস্থান কোথায় আর মূল উদ্দেশ্যই বা কি? এই প্রশ্নের উত্তর খোঁজা হয়েছে আলোচ্য গবেষণায়। এক্ষেত্রে ২০১৭ সালের ২১শে ফেব্রুয়ারি আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে বাংলাদেশের সর্বাধিক প্রচারিত দৈনিক সংবাদপত্রগুলোতে ভাষা দিবসকে থিম হিসেবে গ্রহণ করে যেসব বিজ্ঞাপন প্রকাশিত হয়েছে সেগুলোকে সুইস ভাষাতাত্ত্বিক ফার্ডিন্যান্ড ডি সসুরের সেমিওটিক বিশ্লেষণ পদ্ধতিতে বিশ্লেষণ করা হয়েছে।

গবেষণা প্রশ্ন

কিছু প্রশ্নকে সামনে রেখে এ গবেষণাটি পরিচালিত হয়েছে।

- বিজ্ঞাপনের ভাষায় ও চিত্রে ভাষা দিবসের চেতনা ব্যবহারের কারণ কী?
- বিজ্ঞাপনের বার্তায় ভাষা দিবসের প্রতি শ্রদ্ধা জ্ঞাপনের চেয়ে নিজস্ব পণ্যের জন্য প্রচারণা কৌশল আছে কিনা?
- বিজ্ঞাপনে ব্যবহৃত ইমেজ, রঙ, শব্দ ও শ্লোগানের পিছনে ভিন্ন কোনো অর্থ লুকিয়ে আছে কিনা?

তাত্ত্বিক কাঠামো

“জাতীয় চেতনার কর্পোরেটকরণ: আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে প্রকাশিত বিজ্ঞাপন বিশ্লেষণ” শীর্ষক গবেষণায় বিজ্ঞাপনের ইমেজ, সংকেত, শব্দ, রঙ প্রভৃতি বিশ্লেষণে প্রধান তাত্ত্বিক কাঠামো হিসেবে স্টুয়ার্ট হলের রেপ্রিজেন্টেশন তত্ত্বের সাহায্য নেওয়া হয়েছে।

রেপ্রিজেন্টেশন তত্ত্ব

রেপ্রিজেন্টেশন তত্ত্বের প্রণেতা যুক্তরাজ্যের কালচারাল থিয়োরিস্ট হিসেবে খ্যাত স্টুয়ার্ট হল। হলের (হল, ১৯৯৭) মতে, “রেপ্রিজেন্টেশন হচ্ছে ভাষার মাধ্যমে আমাদের চারপাশে বর্তমান নানা ধারণার অর্থ নির্মাণ”। সাধারণ ভাবে রেপ্রিজেন্টেশন অর্থ হচ্ছে ভাষার মাধ্যমে অর্থ তৈরি করা। ফাহিমদুল হক বলেন রেপ্রিজেন্টেশন হচ্ছে “ভাষাকে ব্যবহারের মাধ্যমে মানুষের কাছে দুনিয়াকে অর্থপূর্ণভাবে বলা বা উপস্থাপন করা” (হক, ২০১৫, পৃ. ২৩)। ভাষার মাধ্যমে অর্থের রেপ্রিজেন্টেশন কীভাবে হয় তা ব্যাখ্যার জন্য তিনটি ধারা রয়েছে। যথা, প্রতিফলনকারী (Reflective), স্বেচ্ছাকৃত (Intentional) এবং নির্মাণমূলক (Constructionist) ধারা।

ভাষা দিবসে প্রকাশিত বিজ্ঞাপনগুলোর অন্তর্নিহিত অর্থ অনুধাবন করা যায় হলের রেপ্রিজেন্টেশন তত্ত্বের ভাষার অর্থ-সম্পর্কিত নির্মাণমূলক ধারার আলোচনা থেকে। নির্মাণমূলক এই অ্যাপ্রোচটি ভাষার সামাজিক চরিত্রকে স্বীকৃত দেয়। এটা স্বীকার করে যে, বস্তুটি নিজে অথবা ভাষা ব্যবহারকারী, কেউই ভাষার অর্থ স্থির করতে পারে না। বস্তু কখনো অর্থ দেয় না, আমরা রেপ্রিজেন্টেশন সিস্টেমে, ধারণা ও চিত্রের মাধ্যমে অর্থ নির্মাণ করি (হল, ১৯৯৭, উদ্ধৃত; হক ২০১৫, পৃ. ৩৩)।

রেপ্রিজেন্টেশন প্রক্রিয়ায় বিজ্ঞাপনের উপস্থাপিত ও অন্তর্নিহিত অর্থ বিশ্লেষণ করার ক্ষেত্রে ফেয়ারক্লাউয়ের উক্তিটি প্রাসঙ্গিক হয়ে উঠে। তার মতে, “কোন ধরণের রেপ্রিজেন্টেশনের বিশ্লেষণে কী অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে এবং কী বাদ দেওয়া হয়েছে,

সামনে কী উপস্থাপিত আর পটভূমিতে কী রয়েছে এই বিষয়গুলোর ব্যাপারে একটি সিদ্ধান্তে আসা প্রয়োজন” (ফেয়ারক্লাউ, ১৯৯৫)।

আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে প্রকাশিত বিজ্ঞাপনগুলোর ইমেজ, সংকেত, রঙ, শব্দ প্রভৃতি বিশ্লেষণের মাধ্যমে কীভাবে ভাষা দিবসের চেতনা আর ঐতিহ্যের সাথে পণ্যের সংযোগ ঘটানো হচ্ছে এবং চেতনা বিক্রির মাধ্যমে পণ্যের ভোক্তাবাজার সৃষ্টি করা হচ্ছে, তার স্বরূপ উন্মোচনের জন্য আলোচ্য গবেষণায় রেপ্রেজেন্টেশন তত্ত্ব ব্যবহার করা হয়েছে।

গবেষণা পদ্ধতি

গবেষণাটিতে আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসকে উপলক্ষ্য করে বাংলাদেশের প্রধান সারির দৈনিক সংবাদপত্রগুলোতে যে বিজ্ঞাপনগুলো প্রকাশিত হয়েছে তা যে কেবল নির্দোষ তথ্যের প্রচারক নয় বরং এই বিজ্ঞাপনগুলোর ইমেজ, সংকেত, শব্দ, রঙ এবং শ্লোগান যে ভিন্ন অর্থ বহন করছে তা অনুধাবন করতে সুইস ভাষাতাত্ত্বিক ফার্দিন্যান্ড দ্য সস্যুরের সেমিওটিক বিশ্লেষণ পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়েছে। সস্যুর সংকেত বা চিহ্নকে ‘দ্যোতক’ ও ‘দ্যোতিত’ এই দুটি উপাদানের মাধ্যমে বিশ্লেষণ করেছেন। যেখানে দ্যোতক হচ্ছে সত্যিকারের শব্দ, চিত্র ইত্যাদি এবং দ্যোতিত হচ্ছে এই শব্দ, চিত্র সম্পর্কে মস্তিষ্কে আসা বিভিন্ন ধারণা।

ড্যানিয়েল ক্যাভলারের মতে সস্যুর সেমিওটিকসকে সামাজিক জীবনের অংশ হিসেবে ধরে নিয়ে চিহ্নবিজ্ঞান নিয়ে ভাবনার তাগিদ দিয়েছেন (ক্যাভলার, ১৯৯৭)। আমরা সমাজে বসবাস করার ক্ষেত্রে প্রতিনিয়তই বস্তু বিষয় প্রভৃতির উপর অর্থ আরোপ করছি এই সেমিওটিকস পদ্ধতিতেই। জোনাথন কুলারের মতে, সস্যুর মনে করেন অর্থের উৎপাদন ভাষার উপরে নির্ভর করে, ‘ভাষা হলো চিহ্ন পদ্ধতি’ (কুলার, ১৯৭৬; উদ্ধৃত হক, ২০১৫, পৃ. ৪১)। ভাষা ও রেপ্রেজেন্টেশনের সামাজিক নির্মাণবাদী দৃষ্টিভঙ্গির বিশ্লেষণ সস্যুরের এই সেমিওটিক দ্বারা ভীষণভাবে প্রভাবিত।

নমুনায়ন ও তথ্যসংগ্রহ

আলোচ্য গবেষণায় দৈনিক সংবাদপত্র বাছাইয়ের ক্ষেত্রে সর্বাধিক প্রচার সংখ্যার বিষয়টিকে গুরুত্ব দেওয়া হয়েছে। এছাড়া আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবস হিসেবে ২০১৭ সালের ২১শে ফেব্রুয়ারির দিনটিকে গ্রহণ করা হয়েছে। উভয়ক্ষেত্রেই উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়েছে।

সর্বাধিক প্রচারিত সংবাদপত্রগুলো হচ্ছে যথাক্রমে বাংলাদেশ প্রতিদিন, দৈনিক প্রথম আলো, কালের কণ্ঠ, যুগান্তর, ইত্তেফাক ও সমকাল (দ্য ডেইলি স্টার, ২০১৪)। বাংলাদেশ প্রতিদিন ও কালের কণ্ঠ পত্রিকার মালিকানা একই হওয়ায় এক্ষেত্রে বাংলাদেশ প্রতিদিন পত্রিকাটি গ্রহণ করা হয়েছে।

বিজ্ঞাপনের নমুনায়নের ক্ষেত্রেও ৫টি সংবাদপত্রে ২১শে ফেব্রুয়ারি ২০১৭ তারিখে প্রকাশিত বিজ্ঞাপনগুলো উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়নের সাহায্যেই গ্রহণ করা হয়েছে। দৈনিক সংবাদপত্র সমূহ এবং বিজ্ঞাপনগুলো সারণি আকারে তুলে ধরা হলো-

সংবাদপত্রের নাম	বিজ্ঞাপন	বিজ্ঞাপন সংখ্যা
বাংলাদেশ প্রতিদিন	বাংলালিংক	১টি
দৈনিক প্রথম আলো	রূপচাঁদা সরিষার তেল, জুই নারিকেল তেল, সিমফোনি	৩টি
দৈনিক ইত্তেফাক	সার্ব্য এক্সেল	১টি
যুগান্তর	রূপচাঁদা সরিষার তেল	১টি
সমকাল	সার্ব্য এক্সেল, জুই নারিকেল তেল	২টি

নির্বাচিত বিজ্ঞাপনগুলোর বিশ্লেষণ

আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসকে কেন্দ্র করে ২০১৭ সালের ২১শে ফেব্রুয়ারি যেসব বিজ্ঞাপন সংবাদপত্রে ছাপা হয়েছে তন্মধ্যে নির্বাচিত ৫টি বিজ্ঞাপনের সেমিওটিক বিশ্লেষণ উপস্থাপন করা হলো-

বাংলালিংকের মাধ্যমেই ভাষার গৌরব জানবে বিশ্ব

বাংলালিংক নামক টেলিকম কোম্পানির বিজ্ঞাপনটি ২১শে ফেব্রুয়ারি ২০১৭ তারিখে দৈনিক বাংলাদেশ প্রতিদিন পত্রিকার শেষ পাতার লোয়ার ফোল্ডে ৮০কলাম/ইঞ্চি স্থান জুড়ে ছাপা হয়েছে। বিজ্ঞাপনটির সেমিওটিক বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে এর রঙ, শব্দ ও ইমেজের প্রতি দৃষ্টি প্রদান করা হয়েছে।

ইমেজ: বিজ্ঞাপনটি লক্ষ্য করলে দেখা যায় এখানে দ্যোতক হিসেবে রয়েছে একটি ভূগোলকের উপরের পৃষ্ঠের সামান্য অংশ, তাতে বাংলাদেশের মানচিত্রের উপর দাঁড়িয়ে আছে একটি মোবাইল সিগন্যাল টাওয়ার। টাওয়ার থেকে বাংলা বর্ণমালা সিগন্যালের আকারে ছড়িয়ে পড়ছে চারিদিকে। বিজ্ঞাপনের ডানকোণে উপরে রয়েছে বাংলালিংকের লোগো।



ছবি ১- বাংলালিংকের বিজ্ঞাপন

শব্দ: বিজ্ঞাপনের বামপাশে উপরে রয়েছে একটি শ্লোগান, ‘ভাষা আমাদের, বিস্ময় সারা বিশ্বের’। এর নিচে আরও লেখা আছে, ‘আমাদের মাতৃভাষার এই গৌরব জানুক সারা বিশ্ব’।

রঙ: বিজ্ঞাপন চিত্রটিতে স্পষ্টতই লক্ষণীয় কমলা রঙের আধিপত্য। সাদা কালো ভূগোলক আর টাওয়ারের সাথে কমলা আর কালোর ডোরাকাটা বাংলালিংকের লোগো আর কমলার মাঝে সাদা অক্ষরে লেখা কিছু শ্লোগান। সেই সাথে কালো রঙের টাওয়ার থেকে ছড়িয়ে পড়ছে বাংলা নানা অক্ষর।

দ্যোতক ও দ্যোতিত অর্থ অনুসন্ধান

বাংলালিংকের বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন উপাদানগুলো দ্যোতক হিসেবে কাজ করে যে অর্থ নির্মাণ করছে সেটি হচ্ছে, ভাষা দিবসে আমাদের মাতৃভাষার গৌরব গাঁথা বিশ্বের দরবারে তুলে ধরে মাতৃভাষার মর্যাদা সুপ্রতিষ্ঠিত করতে হবে। কিন্তু বিজ্ঞাপনটির বিভিন্ন উপাদান বিশ্লেষণ করলে দেখা যায়, ভূগোলকে বাংলাদেশের মানচিত্রের উপর একটি টাওয়ার থেকে বাংলা বর্ণমালা তথা বাংলা ভাষা সারা বিশ্বে ছড়িয়ে দেয়ার যে চিত্র আমাদের সামনে তুলে ধরা হয়েছে এর পেছনে প্রকৃতপক্ষে বাংলালিংক নামক টেলিকম কোম্পানির পরিচিতি সারা বিশ্ব জুড়ে ছড়িয়ে দেয়ার প্রতিই ইঙ্গিত রয়েছে। বিজ্ঞাপনে ব্যবহৃত শ্লোগান, ‘ভাষা আমাদের, বিস্ময় সারা বিশ্বের। আমাদের মাতৃভাষার এই গৌরব জানুক সারা বিশ্ব’। উক্ত শ্লোগানটি বিশ্লেষণ করে দেখা যায় বাংলালিংকের মতো একটি বহুজাতিক কোম্পানির ভাষার গৌরবের কথা বিশ্ববাসীকে জানানোর চেয়ে নিজেদের পরিচিতি ও বাণিজ্য বিশ্বে সম্প্রসারিত করার কৌশলই বিজ্ঞাপনে প্রকট হয়ে উঠেছে।

রূপচাঁদা সরিষার তেলের ঝাঁজে জাগবে ভাষা দিবসের চেতনা

রূপচাঁদা সরিষার তেলের বিজ্ঞাপনটি ২১শে ফেব্রুয়ারি ২০১৭ তারিখে দৈনিক প্রথম আলো সংবাদপত্রে ৩য় পাতায় আপার ফোল্ডে ১৬ কলাম/ইঞ্চি স্থান জুড়ে এবং দৈনিক যুগান্তর পত্রিকায় ৩য় পাতায় লোয়ার ফোল্ডে ২৪ কলাম/ইঞ্চি স্থান জুড়ে প্রকাশিত হয়।

ইমেজ: রূপচাঁদা সরিষার তেলের বিজ্ঞাপনে দেখা যাচ্ছে তিনটি সরিষার তেলের বোতল, বোতলের নিচে আলপনা, সর্ব বামে উপরে বাংলাদেশ এডিবল অয়েল লিমিটেড এবং আডানি ও উইলমারের লোগো এবং বামে নিচে রূপচাঁদা ব্র্যান্ডের লোগো।

শব্দ: বিজ্ঞাপন চিত্রটির ডানদিকে উপরে লেখা রয়েছে ‘ভাষা শহীদদের প্রতি আমাদের শ্রদ্ধা’। বিজ্ঞাপন চিত্রটির মাঝে লেখা রয়েছে, ‘কিছু ঝাঁজ ভোলা যায় না। বাঙালির তেমনই এক ঝাঁজ ভাষা-আন্দোলন, যা ছিনিয়ে এনেছিল মাতৃভাষার অধিকার। আমরাও ভুলিনি উত্তাল ঝাঁঝালো সেই দিনগুলো। তাই দেশি ঝাঁজের সেরা

সরিষায় তৈরি হয় ঘানিভাঙা রূপচাঁদা সরিষার তেল, যা আপনাকে জাগিয়ে তুলবে প্রতিদিন'। এর ঠিক নিচেই আবার লেখা আছে 'রূপচাঁদা সরিষার তেল, এই ঝাঁজে জাগবেই'।



ছবি ২- রূপচাঁদা সরিষার তেলের বিজ্ঞাপন

রঙ: বিজ্ঞাপন চিত্রটির শ্লোগানে কালো রঙের সাথে সরিষার তেলের রঙের মতো কমলাটে খয়েরি রঙের প্রাধান্য লক্ষ্য করা যায়। তেল ভর্তি বোতলের লেবেলে সবুজ, হলুদ ও কালো রঙ রয়েছে। এছাড়া রূপচাঁদা ব্র্যান্ডের লোগোতে রয়েছে লাল, হলুদ ও আকাশি রঙ। বোতলের নিচে আলপনা আঁকা হয়েছে সাদা রঙে।

দ্যোতক ও দ্যোতিত অর্থ অনুসন্ধান

বিজ্ঞাপনের দ্যোতকগুলো যে অর্থ বহন করে তা হলো বাঙালির বীরত্বের প্রতি, অধিকার সচেতনতার প্রতি রূপচাঁদা সরিষার তেল শ্রদ্ধা প্রদর্শন করছে। জাতিকে বাঙালির বীরত্বের কথা মনে করিয়ে দিচ্ছে এবং ভাষা শহিদদের প্রতি শ্রদ্ধা নিবেদন করছে। কিন্তু এর দ্যোতিত অর্থের দিকে তাকালে দেখা যায় তিনটি রূপচাঁদা সরিষার তেলের বোতল এমন ভাবে সাজানো হয়েছে যেন তা জাতীয় শহিদ মিনারের আকৃতি ধারণ করে। এর মাধ্যমে এই সরিষার তেলের বোতলকে ভাষা দিবসের প্রতীক শহিদ মিনারের আদল দেয়া হয়েছে। বোতলের ঠিক নিচেই আলপনার ব্যবহারের মাধ্যমে সরিষার তেলের বোতল এবং ভাষা দিবসের সাথে বাঙালির ঐতিহ্যকে মিলিয়ে ফেলা হয়েছে। বিজ্ঞাপনটিতে রঙের ক্ষেত্রেও সরিষার তেলের রঙের প্রাধান্য প্রকট ভাবেই চোখে পড়ে। এছাড়া ব্যবহৃত শ্লোগানে বলা হয়েছে, 'কিছু ঝাঁজ ভোলা যায় না। বাঙালির তেমনই এক ঝাঁজ ভাষা-আন্দোলন, যা ছিনিয়ে এনেছিল মাতৃভাষার অধিকার। আমরাও ভুলিনি উত্তাল ঝাঁঝালো সেই দিনগুলো। তাই দেশী ঝাঁজের সেরা

সরিষায় তৈরি হয় ঘানিভাঙা রূপচাঁদা সরিষার তেল, যা আপনাকে জাগিয়ে তুলবে প্রতিদিন’। এর ঠিক নিচেই আবার লেখা আছে ‘রূপচাঁদা সরিষার তেল, এই ঝাঁজে জাগবেই’। এই শ্লোগানে বিশেষ ভাবে লক্ষনীয় শব্দটি হচ্ছে ‘ঝাঁজ’। অন্য ভোজ্য তেলের কোনো বিশেষ স্বাদ না থাকলেও সরিষার তেলে একটা আলাদা স্বাদ থাকে যা কিছুটা ঝাঁজালো। অর্থাৎ সরিষার তেলের ঝাঁজ আলোচ্য বিজ্ঞাপনে ভাষা আন্দোলনের ঝাঁজ, সেই সময়ের উত্তাল দিনগুলোর ঝাঁজ এবং ভাষা দিবসের চেতনাকে জাগ্রতকারী ঝাঁজে পরিণত হয়েছে। সরিষার তেলের অপরিহার্য অংশ এই ঝাঁজ, ভাষা আন্দোলন এবং এই সংক্রান্ত বাঙালির চেতনাকে স্মরণ করিয়ে দিতে বারবার ব্যবহার করা হয়েছে। রূপচাঁদা সরিষার তেল গ্রহণ করলেই যেন ব্যক্তির মাঝে ভাষা দিবসের চেতনা জাগ্রত হবে।

মায়ের ভাষার জন্য এক চুলও ছাড় দেবে না জুঁই

জুঁই নারিকেল তেলের বিজ্ঞাপনটি ২১শে ফেব্রুয়ারি, ২০১৭ তারিখে যথাক্রমে দৈনিক প্রথম আলো পত্রিকার শেষ পাতায় লোয়ার ফোল্ডে ২৭ কলাম/ইঞ্চি স্থান জুড়ে এবং দৈনিক সমকাল পত্রিকায় ৩য় (মহানগর) পাতার লোয়ার ফোল্ডে ৬৪ কলাম/ইঞ্চি স্থান জুড়ে প্রকাশিত হয়।



ছবি ৩- জুঁই নারিকেল তেলের বিজ্ঞাপন

ইমেজ: ভাষা দিবসে জুঁই নারিকেল তেল যে বিজ্ঞাপন ছেপেছে তা থেকে দেখা যায় সেখানে একটি বুলেট বা বন্দুকের গুলি এবং তাতে রক্ত মাখা। উপরে রয়েছে জুঁইয়ের লোগো।

শব্দ: বুলেটের নিচে লেখা আছে একটি শ্লোগান ‘তবু তাঁরা এক চুলও ছাড় দেয়নি মায়ের ভাষার জন্য’। বিজ্ঞাপন চিত্রটির নিচের দিকে ডান কোণে লেখা আছে স্কয়ার টয়লেটিজ লিমিটেড।

রঙ: বিজ্ঞাপন চিত্রটিতে তিনটি রঙের প্রাধান্য লক্ষ্য করা যাচ্ছে। জুঁই নারিকেল তেলের বোতলের মতো সোনালি রঙের বুলেট, জুঁই নারিকেল তেলের লোগোতে রয়েছে লাল রঙ যা আবার বুলেটের গায়ে মাখা রক্তের লাল রঙের সাথে মিলে গেছে। এছাড়া কালো কালিতে রয়েছে একটি শ্লোগান।

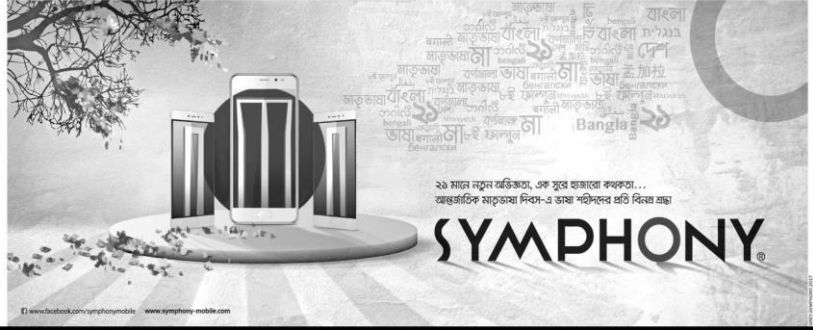
দ্যোতক ও দ্যোতিত অর্থ অনুসন্ধান

বিজ্ঞাপনটিতে দ্যোতক হিসেবে রয়েছে রক্তমাখা বন্দুকের গুলি, এর নিচে লেখা আছে, ‘তবু তাঁরা এক চুলও ছাড় দেয়নি মায়ের ভাষার জন্য’। এটি সাধারণ যে অর্থ বহন করে তা হচ্ছে মাতৃভাষার জন্য ভাষা শহিদদের আত্মত্যাগ। কিন্তু দ্যোতিত অর্থ বিশ্লেষণে দেখা যায় বিজ্ঞাপন চিত্রে বন্দুকের রক্তমাখা গুলিটি এমনভাবে রাখা আছে যেন তা একটি বোতলের আকার ধারণ করে। বন্দুকের গুলিটির রঙ সোনালী যা জুঁই নারিকেল তেলের বোতলের সোনালী রঙের সাথে মিলে যায়। তাছাড়া জুঁইয়ের লোগোতে লাল ব্যাকগ্রাউন্ডের উপর সাদা অক্ষরে জুঁই লেখা। রক্তমাখা গুলিটি এখানে যেন জুঁইয়ের লোগো যুক্ত জুঁই নারিকেল তেলেরই প্রতিনিধিত্ব করছে। বিজ্ঞাপনে ব্যবহৃত শ্লোগানে বলা হয়েছে, ‘তবু তারা এক চুলও ছাড় দেয়নি মায়ের ভাষার জন্য’। এখানে স্পষ্টতই দৃশ্যমান যে ‘তবু তারা এক চুলও ছাড় দেয়নি’ অংশটুকু বড় ফন্টে এবং ‘মায়ের ভাষার জন্য’ অংশটুকু কিছুটা ছোট ফন্টে নিচে লেখা হয়েছে। জুঁই যেভাবে চুলের যত্নে নিজেদের পণ্যের গুণগত মানের কোনো ছাড় দেয় না বলে তারা দাবি করে সেভাবে ভাষার জন্যও এক চুল ছাড় দেয়া হবে না। এখানে তারা ভাষার জন্য বাঙালির সংগ্রামের সাথে নিজেদের পণ্যের মান উন্নত রাখতে তাদের প্রচেষ্টাকে মিলিয়ে ফেলেছে। মাতৃভাষার মর্যাদা রক্ষায় ভাষা শহিদদের আত্মত্যাগকে জুঁই নিজেদের পণ্য দিয়ে ভোক্তাদের সেবা প্রদানের সাথে তুলনা করছে।

একুশের সুরে সিমফোনির কথকতা

সিমফোনি নামক সেলফোন কোম্পানিটির বিজ্ঞাপনটি ২১শে ফেব্রুয়ারি, ২০১৭ তারিখে দৈনিক প্রথম আলো পত্রিকার ১ম পাতার লোয়ার ফোল্ডে ৪০ কলাম/ইঞ্চি স্থান জুড়ে ছাপা হয়।

ইমেজ: ভাষা দিবসে সিমফোনি মোবাইল ফোন দৈনিক প্রথম আলো পত্রিকায় যে বিজ্ঞাপনটি ছেপেছে সেখানে বিজ্ঞাপনের বাম দিকে রয়েছে একটি শহিদ মিনার যা গোলাকার একটি মঞ্চের উপর দাঁড়িয়ে। শহিদ মিনারটির তিনটি স্তম্ভ তৈরি হয়েছে তিনটি মোবাইল ফোন দিয়ে। এছাড়া রয়েছে কৃষ্ণচূড়া গাছের কিছু অংশ এবং ঠিক নিচেই বারে পড়া কিছু কৃষ্ণচূড়া ফুল।



ছবি ৪- সিমফোনি নামক সেলফোন কোম্পানির বিজ্ঞাপন

শব্দ: বিজ্ঞাপনটির ডান পাশে রয়েছে জল ছাপায় কিছু শব্দ লেখা (মা, মাতৃভাষা, ভাষা, বাংলা, ২১, বর্ণমালা), এর নিচে একটি শ্লোগান ‘২১মানে নতুন অভিজ্ঞতা, এক সুখে হাজারো কথকতা... আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবস-এ ভাষা শহিদদের প্রতি বিনম্র শ্রদ্ধা’, এর নিচে সিমফোনির লোগো অর্থাৎ SYMPHONY লেখা।

রঙ: বিজ্ঞাপন চিত্রে লাল রঙের প্রাধান্য লক্ষ্যণীয়। এই লাল রঙ রয়েছে শহিদ মিনারের মাঝের লাল গোলকে, সিমফোনি শব্দের ইংরেজি অক্ষর ‘O’-তে এবং কৃষ্ণচূড়া গাছের ফুলে ফুলে। এছাড়া রয়েছে কিছু হলুদ ফুল, সবুজ পাতা আর কালো কালিতে লেখা শ্লোগান।

দ্যোতক ও দ্যোতিত অর্থ অনুসন্ধান

বিজ্ঞাপন চিত্রের উপাদানগুলো সাধারণ যে অর্থ বহন করে তা হলো আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে ভাষা শহিদদের প্রতি সিমফোনি বিনম্র শ্রদ্ধা প্রদর্শন করছে। শহিদ মিনারের দোরগোড়ায় কৃষ্ণচূড়া ফুল দিয়ে শহিদদের প্রতি ভালোবাসা জ্ঞাপন করছে। একুশের চেতনাকে এক নতুন অভিজ্ঞতার সাথে তুলনা করছে। সিমফোনি মোবাইল ফোনের বিজ্ঞাপনে এই নির্দেশিত অর্থের পেছনে যে অর্থ রয়েছে তা পর্যবেক্ষণ করে দেখা যায় যে শহিদ মিনারের প্রতিকৃতি তৈরিতে এখানে তিনটি মোবাইল ফোন ব্যবহার

সার্ব্য এক্সেলের ভাষার প্রতি ভালোবাসা

ইমেজ: সার্ব্ব এন্সেল যে বিজ্ঞাপনটি ছেপেছে সেখানে দেখা যাচ্ছে এক শিশু দেয়ালে বিভিন্ন রঙে বাংলা বর্ণমালা লিখছে। দেয়ালে রয়েছে কিছু হাতের ছাপও। এছাড়া রয়েছে সার্ব্ব এন্সেল এবং ইউনিলিভারের লোগো।

শব্দ: বিজ্ঞাপনের মাঝ বরাবর উপরে লেখা আছে একটি শ্লোগান, ‘দাগ থেকে যদি প্রকাশ পায় ভাষার জন্য ভালোবাসা তাহলে দাগই ভালো’। বিজ্ঞাপনের বাম কোণে নিচে ছোট করে লেখা আছে ইউনিলিভার কেয়ার লাইন এবং তার নিচে একটি ফোন নম্বর। এছাড়া দেয়াল জুড়ে রয়েছে বাংলা বিভিন্ন অক্ষর।



ছবি ৫- সারফ এক্সেলের বিজ্ঞাপন

রঙ: বিজ্ঞাপনটিতে নীল রঙের প্রাধান্য লক্ষ্য করা যাচ্ছে সার্ব্য এক্সেলের লোগো, ইউনিলিভারের লোগো এবং বিভিন্ন বাংলা অক্ষরে। এছাড়া দেয়ালে রয়েছে লাল ও কালো রঙের কিছু বাংলা অক্ষর।

দ্যোতক ও দ্যোতিত অর্থ অনুসন্ধান

সার্ব্য এক্সেলের বিজ্ঞাপনটিতে দেখা যায় একটি শিশু নিজ মাতৃভাষার বর্ণমালাগুলো দেয়ালে লিখতে যেয়ে নিজ শরীর ও পোশাকে রঙ লাগিয়ে ফেলেছে। আর এই রঙের দাগ সহজেই উঠাতে রয়েছে সার্ব্য এক্সেল নামক ডিটারজেন্ট পাউডারটি। তাই ভাষার প্রতি ভালোবাসা থেকে শিশুটি যাই করুক না কেন কোনো চিন্তা নেই। সব পরিস্কার করে দিতে আমাদের কাছে রয়েছে সার্ব্য এক্সেল। সার্ব্য এক্সেলের বিজ্ঞাপনে এর লোগোর অপরিহার্য একটি অংশ বা শ্লোগান হচ্ছে ‘দাগ থেকে যদি দারুণ কিছু হয় তবে দাগই ভালো’। এই শ্লোগানের সাথে মিল রেখেই ভাষার প্রতি ভালোবাসা দেখিয়ে ‘দাগ থেকে যদি প্রকাশ পায় ভাষার জন্য ভালোবাসা তাহলে দাগই ভালো’ শ্লোগান তৈরি করা হয়েছে। তাছাড়া বিজ্ঞাপনে শিশুটির মুখে, পোশাকে এবং দেয়ালে যেসব রঙের ব্যবহার করা হয়েছে তাতে সার্ব্য এক্সেলের লোগোতে ব্যবহৃত রঙগুলোই ব্যবহৃত হয়েছে। অর্থাৎ লোগোর রঙে বর্ণমালাকে রাঙিয়ে দেওয়া হয়েছে। আজকের ভাষা দিবসের প্রতি ভালোবাসা প্রদর্শনের পুরো ব্যাপারটিই সার্ব্য এক্সেলের কাপড়ের দাগ পরিস্কারের মধ্য দিয়ে ভোক্তার প্রতি ভালোবাসার ব্যাপার হয়ে দাঁড়িয়েছে। যেখানে রয়েছে ভাষার প্রতি সার্ব্য এক্সেলের ভালোবাসার বদলে সূক্ষ্মভাবে পণ্যের প্রচারণা কৌশল।

ফলাফল বিশ্লেষণ

ভাষা আন্দোলন, ভাষা দিবস, ভাষা আন্দোলনে আত্মত্যাগী শহিদ এবং মাতৃভাষার সাথে বাংলাদেশের প্রতিটি মানুষের আত্মার বন্ধন রয়েছে। ১৯৫২ সালের সেই রক্তক্ষয়ী আন্দোলনের হাত ধরে আমরা যে বাংলা ভাষা পেয়েছি তার গৌরব আর মর্যাদা আমাদের কাছে অমূল্য সম্পদ। কিন্তু বর্তমানে কিছু কর্পোরেট গোষ্ঠী অধিক ভোক্তা তৈরির উদ্দেশ্যে ভাষা দিবসের প্রতি শ্রদ্ধা প্রদর্শনের পেছনে আসলে পাঠক, দর্শকদের মনোজগতকে দখল করছে এবং নিজেদেরকে ভাষা দিবসের মতো জাতীয় চেতনার অংশীদার হিসেবে প্রকাশ্য প্রচারণা চালিয়ে যাচ্ছে। নির্বাচিত বিজ্ঞাপনগুলো বিশ্লেষণ করে দেখা যায় নিজেদের পণ্যের বিজ্ঞাপনের সাথে ভাষা দিবসের চেতনাকে মিলিয়ে দিয়ে তারা ভাষা দিবসের প্রতি শ্রদ্ধা নয় বরং নিজ নিজ ব্যবসা বৃদ্ধির উদ্দেশ্যেই বিজ্ঞাপন ছাপাচ্ছে।

আলোচ্য গবেষণায় আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে প্রকাশিত ৫টি বিজ্ঞাপনের সেমিওটিক বিশ্লেষণ করতে গিয়ে দেখা গেছে প্রতিটি বিজ্ঞাপনই ভাষা দিবস, ভাষা

শহিদ ও মাতৃভাষার গৌরবের কথা বলতে এবং শ্রদ্ধা জ্ঞাপন করতে গিয়ে নিজেদের পণ্যের, কখনও বা সংশ্লিষ্ট পণ্যের শ্লোগান, লোগোর রঙ প্রভৃতির সাথে মিলিয়ে ফেলেছে। এই কর্পোরেট গোষ্ঠী নিজেদের গ্রাহক ও ভোক্তা সংখ্যা বাড়াতে এদেশের মানুষের জাতীয় ইতিহাস, অর্জন, শ্রদ্ধা, ভক্তি, ভালোবাসা সর্বোপরি ভাষা দিবসের মতো একটি জাতীয় চেতনাকে হাতিয়ার হিসেবে ব্যবহার করেছে।

গবেষণায় দেখা গেছে যে বাংলাদেশের প্রথম সারির দৈনিক সংবাদপত্রগুলোও বিনা দ্বিধায় এসব কর্পোরেট স্বার্থ সংশ্লিষ্ট বিজ্ঞাপনগুলো ছেপে যাচ্ছে। এর পেছনে অবশ্য সংবাদপত্রগুলোর বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে অর্থ উপার্জন অন্যতম কারণ হিসেবে উল্লেখ করা যায়। কেননা সংবাদপত্র চলতে হলে বিজ্ঞাপন লাভ আবশ্যিক। আর এ সুযোগকে কাজে লাগিয়ে কর্পোরেট গোষ্ঠী নিজেদের পণ্যের প্রচারে নিত্য নতুন কৌশল প্রয়োগ করছে। আর তাতে যদি জাতীয় চেতনাকে পণ্যের সাথে বিক্রিও করতে হয় তবুও তারা পিছপা হচ্ছে না। বরং কে কত অভিনব উপায়ে নিজেদের পণ্যের বিজ্ঞাপন তৈরি করতে পারছে তার দিকেই রয়েছে তাদের সকল চেষ্টা। আর এজন্যই আমরা দেখতে পাই রূপচাঁদা সরিষার তেলের ঝাঁজে আমাদের ভাষা দিবসের চেতনা জেগে ওঠে, সার্ব্য এক্সেল নিশ্চয়তা দেয় ভাষার প্রতি ভালোবাসার, একুশের নতুন অভিজ্ঞতার সাথে পরিচয় করিয়ে দেয় সিমফোনি, মায়ের ভাষার জন্য এক চুলও ছাড় দেয় না জুঁই এবং ভাষার গৌরব বিশ্বের কাছে তুলে ধরে বাংলালিংক।

চেতনা বিক্রি ও ভোক্তা নির্মাণে আধুনিক প্রচারণা কৌশল

বাংলাদেশে মূলধারার দৈনিক সংবাদপত্রগুলো পর্যবেক্ষণ করলে যে সমস্ত চরিত্রে এদেরকে চিহ্নিত করা যায় তার মধ্যে অন্যতম হচ্ছে ভোগবাদী সমাজ প্রতিষ্ঠার চেষ্টা, নিজস্ব বাণিজ্যকে অক্ষুণ্ণ রাখা এবং সর্বাধিক মুনাফা অর্জনের দিকে নজর দেওয়া। জনগণের কাছে সংবাদ সরবরাহের পাশাপাশি নিজ ব্যবসাকে টিকিয়ে রাখতে বিজ্ঞাপনের প্রয়োজন স্বীকার্য। কিন্তু বর্তমানে যেসব বিজ্ঞাপন প্রকাশিত হচ্ছে তাতে দেখা যাচ্ছে জাতীয় চেতনাকে ব্যবসার প্রয়োজনে বিক্রি করতেও অনেক কর্পোরেট প্রতিষ্ঠান দ্বিধা করছে না।

সামিয়া আসাদী (২০১৭) তার “জয়ের সংস্কৃতি ও ছদ্ম-মূল্যবোধের কাঠামো নির্মাণ: তিনটি টিভি বিজ্ঞাপনের আলোকে পর্যালোচনা” গবেষণায় লক্ষ্য করেন মুনাফালোভী কর্পোরেট প্রতিষ্ঠানগুলো পণ্য ব্যবহার করে জয়ী হওয়ার চেতনা কীভাবে জনমনে প্রবেশ করিয়ে দিয়ে নিজ নিজ পণ্য বিক্রির কৌশলে লিপ্ত হয়েছে। ফাহিমদুল হক (২০১১) গ্রামীণফোন নামক টেলিকম কোম্পানির ‘দুনিয়া কাঁপানো ৩০ মিনিট’ শিরোনামের বিজ্ঞাপনটির বিশ্লেষণ করে দেখতে পান গ্রামীণফোন ও প্রথম আলোর মতো দুটি কর্পোরেট প্রতিষ্ঠান যাদের মূল উদ্দেশ্য হচ্ছে যথাক্রমে মুনাফা অর্জন এবং সাংস্কৃতিক প্রভাব তৈরি, এই দুটি প্রতিষ্ঠানের যৌথ উদ্যোগে ২১শে ফেব্রুয়ারির

চেতনায় জনগণকে ফিরিয়ে নেবার আহ্বান জানানো হচ্ছে। কিন্তু এই আহ্বানের সাথে মিলে মিশে একাকার হয়ে আছে গ্রামীণফোনের শ্লোগান ‘কাছে থাকুন’। অর্থাৎ জনগণকে ২১শে ফেব্রুয়ারির চেতনায় ফিরিয়ে নেবার ছলে গ্রামীণফোন প্রকৃতপক্ষে জনগণের কাছে নিজেদেরকে দেশপ্রেমিক, জাতীয় চেতনার প্রতি শ্রদ্ধাশীল হিসেবে উপস্থাপন করতে চাইছে। আর এতে সহযোগিতার হাত বাড়িয়েছে প্রথম আলো। একই ভাবে পূজা শর্মা এবং প্রিয়া গুপ্ত (২০১৫) তাঁদের এক গবেষণায় দেখতে পান, নারীদের প্রয়োজনীয় পণ্য বা গৃহস্থালি কাজে ব্যবহৃত পণ্যের বিজ্ঞাপনে পারিবারিক নাটকীয়তা ও জেন্ডার সমতা বিষয়ক চেতনা ব্যবহার করা হয় এবং এ ধরনের বিজ্ঞাপনগুলো নারী দর্শকদের অধিক আকৃষ্ট করে। তাই এসব ধারণা সম্পন্ন বিজ্ঞাপন তৈরির দিকেই বিভিন্ন পণ্যের প্রতিষ্ঠানগুলো মনোনিবেশ করে। অর্থাৎ সময়ে সময়ে বিভিন্ন বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে স্বার্থান্বেষী গোষ্ঠী যেভাবে জাতীয় চেতনা, সামাজিক চেতনাকে পুঁজি করে পণ্য বিক্রির কৌশলে লিপ্ত হয়েছে তারই এক নগ্ন চিত্র আমরা আলোচ্য গবেষণাটির বিজ্ঞাপনে অবলোকন করি। যেমন, রূপচাঁদা সরিষার তেলের ঝাঁজের সাথে বাঙালির তেজস্বী ও সাহসিকতা মিলিয়ে ফেলা হয়েছে। হার না মানা বাঙালির বৈশিষ্ট্যকে জুঁই এক চুলও ছাড় না দেয়ার সাথে মিলিয়েছে, সিমফোনি ও বাংলালিংক যেহেতু যোগাযোগ প্রক্রিয়ার সাথে জড়িত তাই তারা কথোপকথন বা ভাষার প্রতি শ্রদ্ধা প্রদর্শনের আশ্রয় নিয়েছে। একই কাজে লিপ্ত হয়েছে সার্ক এক্সেলও। ভাষা দিবসে নিজেদের শ্লোগানের সুরেই তারা ভাষার জন্য ভালোবাসা প্রকাশ করেছে।

বাঙালির জাতীয় ঐতিহ্যকে পণ্যায়ন

ঐতিহ্য রক্ষা করা বাঙালির মজাগত। বাঙালির ভাষা, সংস্কৃতি, উৎসব সব কিছুর সাথেই মিশে আছে দীর্ঘদিনের ঐতিহ্য। আর এই ঐতিহ্যকে পুঁজি করে বিজ্ঞাপন তৈরি করে ব্যবসা প্রসারের চিন্তায় মগ্ন হয়েছে এক শ্রেণির অসাধু ব্যবসায়ী গোষ্ঠী। শেখ শফিউল আলম তার বাণিজ্য সংবাদে কর্পোরেট রাজনীতি প্রবন্ধে যেমন লিখেছেন, “বর্তমানে বিজ্ঞাপনের অর্থ হয়ে দাঁড়িয়েছে কাঁড়ি কাঁড়ি টাকার কারবার, রঙ-বেরঙের নকশা আর চাতুর্যপূর্ণ কথার জুয়াখেলা, যা সাধারণ পাঠক বা গণমাধ্যম ভোক্তার কাছে অর্থ কামানোর কৌশল হিসেবেই বিবেচিত” (আলম, ২০০৯, পৃ. ১২৪)।

নির্বাচিত বিজ্ঞাপনগুলো বিশ্লেষণে দেখা যায় এখানে বাঙালির ভাষা দিবসের সাথে জড়িত বিভিন্ন ঐতিহ্যের সরাসরি ব্যবহার করা হয়েছে। যেমন রূপচাঁদা সরিষার তেলের বিজ্ঞাপনটিতে দেখা যায় বোতল তিনটি দাঁড়িয়ে আছে আলপনার উপরে। আমরা জানি ভাষা দিবসে শহিদ মিনার প্রাঙ্গণটি চারুকলার ছাত্রছাত্রীদেও হাতে আঁকা আলপনায় ভরে ওঠে। দীর্ঘদিনের এক ঐতিহ্যে পরিণত হয়েছে ভাষা দিবসে শহিদ

মিনার প্রাঙ্গণটিতে আলপনা আঁকা। রূপচাঁদা সরিষার তেল এখানে নির্দিধায় বাঙালির ঐতিহ্যের উপর তার সরিষার তেলের বোতল স্থাপন করে দীর্ঘদিনের এই ঐতিহ্যকে পণ্যায়ন করেছে। সেই সাথে সিমফোনির বিজ্ঞাপনের দিকে লক্ষ্য করলে দেখা যায় সেখানে কৃষ্ণচূড়া গাছের কিছু অংশ রয়েছে এবং শহিদ মিনারের বেদীতে ছড়িয়ে আছে বেশ কিছু কৃষ্ণচূড়া ফুল। আমাদের গানে কবিতায় ভাষা দিবসের প্রসঙ্গ যখনই উঠেছে তখনই ভাষা শহিদদের রক্তের সাথে আমরা কৃষ্ণচূড়া ফুলের প্রতীকী উপস্থাপন লক্ষ্য করছি। সিমফোনির বিজ্ঞাপনেও মোবাইলের তৈরি শহিদ মিনার প্রাঙ্গণে কৃষ্ণচূড়া ফুলের ছড়িয়ে থাকা আমাদের ঐতিহ্যকে বিজ্ঞাপনে ব্যবহারের নিদর্শন হিসেবেই বিবেচনা করা যায়।

নূরে আলম দুর্জয় (২০১৩) তার “সেলফোনের বিজ্ঞাপনে দেশপ্রেম: তিনটি বিজ্ঞাপনের উপর পর্যালোচনা” শিরোনামে এক গবেষণায় পর্যবেক্ষণ করেন গ্রামীণফোন, বাংলালিংক এবং রবি নামক টেলিকম কাম্পানিগুলো বাংলাদেশে নিজেদের ব্যবসা চালিয়ে যেতে জাতীয় বিভিন্ন দিবসে, নানা অনুষ্ঠান আর উৎসবকে কেন্দ্র করে নিজেদের বিজ্ঞাপনের ঢঙে দেশপ্রেমের বার্তা নিয়ে আসে। কিন্তু এই দেশপ্রেমের পেছনেই থাকে নিজেদের পণ্য আরও কিছু ব্যক্তির কাছে পৌঁছে দেয়ার অভিপ্রায়।

শহিদ মিনারের আদলে বিজ্ঞাপনের নকশা

২১শে ফেব্রুয়ারি শুধু একটি তারিখ নয়। এর সঙ্গে জড়িয়ে রয়েছে ভাষার দাবীতে বাঙালির আত্মত্যাগ। আর সেই আত্মত্যাগের প্রতীক হিসেবে গড়া হয়েছে জাতীয় শহিদ মিনার। কিন্তু আজকে বিজ্ঞাপনের অভিনব সব পণ্য বিপণন কৌশলের কাছে বিক্রি হয়ে যাচ্ছে আমাদের জাতীয় চেতনা সম্বলিত স্মৃতিস্তম্ভগুলোও। জর্জ গার্বনার বলেছিলেন, “মিডিয়া জায়ান্টস হ্যাভ নাথিং টু টেল, বাট প্লান্টি টু সেল” (ম্যাকচেজনি, ২০০১, পৃ. ১৭, উদ্ধৃত হক, ২০১১)। জর্জ গার্বনারের সাথে সুর মিলিয়েই বলতে হয় প্রকৃতপক্ষেই বিজ্ঞাপন আমাদের রংচঙা মোড়কের অন্তরালে পণ্য ক্রয়ের জন্য উৎসাহিত করে তোলে।

আলোচ্য গবেষণায় নির্বাচিত বিজ্ঞাপনগুলোতে সরাসরি শহিদ মিনারের প্রতিকৃতি পণ্যে রূপান্তরিত হতে দেখা গেছে। রূপচাঁদা সরিষার তেলের তিনটি বোতলের অবস্থান এমন ভাবে করা হয়েছে যেন তা শহিদ মিনারের অবয়ব ধারণ করে। একই চিত্র লক্ষ্য করা গেছে সিমফোনির বিজ্ঞাপনটিতেও। সিমফোনি এক ধাপ এগিয়ে শহীদ মিনারের প্রতিকৃতি মোবাইলের আদলে তৈরি করেছে। এছাড়া জুঁই নারিকেল তেলের বোতলের রঙে এবং আদলে রক্তমাখা গুলির ছবি, এসবই যেন আমাদের ভাষা দিবস সংশ্লিষ্ট ধারণাকে পণ্যে রূপান্তরিত করেছে।

উপসংহার

বর্তমানে বাংলাদেশের দৈনিক সংবাদপত্রগুলোতে বিশেষ বিশেষ দিবসকে সামনে রেখে বিভিন্ন কর্পোরেট প্রতিষ্ঠান এবং অন্যান্য বাণিজ্যিক প্রতিষ্ঠানগুলো নিজ নিজ পণ্যের প্রচারে অভিনব কৌশল গ্রহণ করছে। “জাতীয় চেতনার কর্পোরেটকরণ: আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবসে প্রকাশিত বিজ্ঞাপন বিশ্লেষণ” শীর্ষক গবেষণায় এই কর্পোরেট গোষ্ঠীর বিজ্ঞাপনগুলোর প্রকৃত উদ্দেশ্য নিরূপণের চেষ্টা করা হয়েছে।

গবেষণায় দেখা গেছে বিজ্ঞাপনগুলো তাদের ভাষায় ও চিত্রে যে ভাষা দিবসের চেতনাকে ব্যবহার করেছে এর পেছনে তাদের ব্যবসায়িক উদ্দেশ্য ছিল। নিজ পণ্যকে জাতীয়তা বোধের আদর্শের মোড়কে ঢেকে ভোক্তাদের কাছে পৌঁছে দিতেই বিজ্ঞাপনগুলো মূলত ভাষা দিবসের চেতনাকে ব্যবহার করেছে। এছাড়া নির্বাচিত প্রতিটি বিজ্ঞাপনেই ভাষা দিবসের প্রতি শ্রদ্ধা নিবেদন করতে যে শ্লোগান ব্যবহার করা হয়েছে তাতে সংশ্লিষ্ট পণ্যের যে শ্লোগান আছে তাকে মিশিয়ে ফেলা হয়েছে। অর্থাৎ পণ্যের নিজস্ব শ্লোগানটির সাথে মাতৃভাষা, ভাষা দিবস, অক্ষরের প্রতি ভালোবাসা প্রভৃতি ধারণাকে সংযুক্ত করে ভাষা দিবসের প্রতি শ্রদ্ধা জ্ঞাপনের চেয়ে নিজস্ব পণ্যের প্রচারণা কৌশলই পরিলক্ষিত হয়েছে।

বিজ্ঞাপনে ব্যবহৃত চিত্র ও শ্লোগানের মাঝে ভিন্ন কোনো অর্থ আছে কিনা তা অনুসন্ধান করে দেখা গেছে নির্বাচিত বিজ্ঞাপনগুলো বহুজাতিক কর্পোরেট প্রতিষ্ঠানের, যারা আবার আন্তর্জাতিক ব্যবসায়ী গোষ্ঠী হিসেবে পরিচিত। তারা বাংলাদেশে এসেছে মূলত মুনাফা অর্জন করতে। এক্ষেত্রে ভাষা দিবসের প্রতি শ্রদ্ধা নিবেদন করে যেসব বিজ্ঞাপন প্রকাশিত হয়েছে সেসবের চিত্রে ও শ্লোগানে তাই সেসব কোম্পানির গুণগান প্রচার করার চেষ্টা লক্ষ্য করা গিয়েছে। নিজ পণ্যের গুণাগুণ ভাষা দিবসের চেতনার সাথে মিশিয়ে বিজ্ঞাপনের চিত্র আর শ্লোগান তৈরি করা হয়েছে। অর্থাৎ ভাষা দিবসের চেতনাকে পুঁজি করে ব্যবসা সম্প্রসারণের লক্ষ্য নিয়েই বিজ্ঞাপনগুলো মূলত তৈরি করা হয়েছে।

তথ্যসূত্র

আলম, শেখ শফিউল (২০০৯)। বাণিজ্য সংবাদে কর্পোরেট রাজনীতি। ফেরদৌস, রোবায়ত এবং সালাম, মুহাম্মদ আনওয়ারুস সম্পা., *গণমাধ্যম/শ্রেণিমাধ্যম*। শ্রাবণ।

আসাদী, সামিয়া (২০১৭)। জয়ের সংস্কৃতি ও ছদ্ম-মূল্যবোধের কাঠামো নির্মাণ: তিনটি টিভি বিজ্ঞাপনের আলোকে পর্যালোচনা। *বাংলাদেশ চলচ্চিত্র ও টেলিভিশন ইন্সটিটিউট পত্রিকা*। ৬(৪)। ১২৩-১৪০।

দুর্জয়, নুরে আলম (২০১৩)। সেলফোনের বিজ্ঞাপনে দেশপ্রেম: তিনটি বিজ্ঞাপনের ওপর পর্যালোচনা। হক, ফাহিমদুল সম্পা., *যোগাযোগ*। ১১।

রহমান, আনিস (২০১৩)। গণমাধ্যমের রাজনৈতিক অর্থনীতি একটি তাত্ত্বিক পর্যালোচনা। হক, ফাহিমদুল এবং মামুন, আবদুল্লাহ আল সম্পা., *মিডিয়া সমাজ সংস্কৃতি*। আগামী প্রকাশনী।

হক, ফাহিমদুল (২০১১)। *অসম্মতি উৎপাদন: গণমাধ্যম-বিষয়ক প্রতিভাবনা*। সংহতি।

হল, স্টুয়ার্ট (১৯৯৭)। *রেপ্রেজেন্টেশন* (ফাহিমদুল হক অনূদিত, ২০১৫)। সংহতি।

হায়দার, শাওন্তী এবং সামিন, সাইফুল (২০১৪)। *গণযোগাযোগ তত্ত্ব ও প্রয়োগ*। বাংলাদেশ প্রেস ইন্সটিটিউট।

Chandler, D. (1997). *Semiotics for beginners*. University of Wales, 2000.

Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis*. Addison Wesley.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.

Sharma, P. & Gupta P. (2015). Semiotic analysis of Indian television advertisement and its impact on consumers: An exploratory study. *Journal for Communication Studies*. 8(15), 72-90.

<http://essachess.com/index.php/jcs/article/viewFile/266/320>

The Daily Star. (March 11, 2014).

Webster, F. (2002). *Theories of information society*. Routledge.

Wimmer, Roger D. & Dominick, Joseph R. (1983). *Mass media research: An introduction* (9th ed.). Wadsworth Publishing Company.

বাংলাদেশের সংবাদপত্র ও অনলাইন নিউজ পোর্টালে সংবেদনবাদ চর্চা: একটি মূল্যায়ন

কাজী নাজিফা লামিনুর*
মোঃ মাহদী-আল-মুহতাসিম নিবিড়**
সারা মনামী হোসেন***

[সার-সংক্ষেপ: বর্তমানে গণমাধ্যমে সংবেদনবাদ একটি বহুল আলোচিত বিষয়। সংবাদে অতিরঞ্জিত শব্দ, ছবি বা উক্তির অযাচিত ব্যবহার, যার সংবাদমূল্য নেই, তাই মূলত সংবেদনবাদ। বাংলাদেশের সংবাদপত্র ও অনলাইন পোর্টালগুলো কী ধরনের সংবেদনবাদ চর্চা করছে ও সংবাদে কী ধরনের উপাদান ব্যবহার করে সেগুলোকে অসংবেদনশীল, আকর্ষণীয়, চাঞ্চল্যকর করা হয় তা পর্যালোচনা করাই এই গবেষণার উদ্দেশ্য। এই গবেষণায় মূলত তথ্যের গুণগত বিশ্লেষণের মাধ্যমে বাংলাদেশের সংবাদমাধ্যমের অসংবেদনশীলতার প্রক্রিয়া, স্বরূপ এবং বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচিত হয়েছে। রেপ্লিকেশন তত্ত্বের আলোকে উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়নের মাধ্যমে বাংলাদেশের সর্বাধিক প্রকাশিত/প্রচলিত জাতীয় দৈনিক, আঞ্চলিক পত্রিকা এবং জাতীয় ও আঞ্চলিক অনলাইন নিউজ পোর্টালসহ আটটি সংবাদমাধ্যমের ১৬৮টি সংখ্যা নির্বাচন করে আধেয় বিশ্লেষণ পদ্ধতিতে গবেষণার তথ্য বিশ্লেষণ করা হয়েছে। গবেষণায় প্রাপ্ত ফলাফলে সংবাদগুলোর শিরোনাম ও মূল সংবাদের মধ্যে অসামঞ্জস্যতা পাওয়া যায়। অতিনাটকীয় উপস্থাপন, জেভার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল

* কাজী নাজিফা লামিনুর: স্নাতক (সম্মান), গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা ডিসিপ্লিন, খুলনা বিশ্ববিদ্যালয়, খুলনা-৯২০৮। ইমেইল: nazifanoor41@gmail.com

** মোঃ মাহদী-আল-মুহতাসিম নিবিড়: সহকারী অধ্যাপক, গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা ডিসিপ্লিন, খুলনা বিশ্ববিদ্যালয়, খুলনা-৯২০৮।
ইমেইল: muhtasimnibir.du@gmail.com

*** সারা মনামী হোসেন: সহকারী অধ্যাপক, গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা ডিসিপ্লিন, খুলনা বিশ্ববিদ্যালয়, খুলনা-৯২০৮। ইমেইল: saramonami@gmail.com

উপস্থাপন, সংবাদে অতিরঞ্জন, অপরাধ সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন, ভুক্তভুগীকে দোষারোপ, ব্যক্তিগত বিষয় দৃষ্টিগোচর করা- এ ধরনের সংবেদনবাদ চর্চা চিহ্নিত হয়েছে। গবেষণার ফলাফলে আরো দেখা যায়, আঞ্চলিক পর্যায়ে দৈনিক পত্রিকা ও অনলাইন নিউজ পোর্টালের তুলনায় জাতীয় পর্যায়ে গণমাধ্যমগুলোতে বিশেষত জাতীয় পর্যায়ে অনলাইন নিউজ পোর্টালে অসংবেদনশীল সংবাদ প্রকাশের চর্চা তুলনামূলক বেশি। গণমাধ্যমে প্রকাশিত সংবাদের সংবেদনবাদের বিষয়টি উপস্থাপিত করার মাধ্যমে এই গবেষণা ভবিষ্যতে গণমাধ্যমগুলোর সংবেদনশীল সাংবাদিকতা চর্চায় ভূমিকা রাখতে পারে।]

মূল শব্দ: সংবেদনবাদ, সংবাদপত্র, অনলাইন নিউজ পোর্টাল, জেডার সংবেদনশীলতা

ভূমিকা

সংবেদনবাদ ধারণাটি নতুন নয়, বরং বলা হয়, এই ধারণাটির শুরু প্রাচীন গ্রীসে। স্টিফেনস (২০০৭) এর মতে, ১৬ ও ১৭ শতকে নৈতিক শিক্ষা দেওয়ার জন্য বিভিন্ন গ্রন্থে সংবেদনবাদ বিষয়টির উল্লেখ আছে। সংবাদের ক্ষেত্রে এক সময় এর প্রচলন শুরু হয়; সেই সময় মূলত নিম্নশ্রেণির মানুষকে উদ্দেশ্য করে চাঞ্চল্যকার সংবাদ পরিবেশিত হতে থাকে (স্টিফেনস, ২০০৭)। কারণ তখন মনে করা হতো, এই শ্রেণির মানুষের রাজনীতি ও অর্থনীতি সম্পর্কে ভালোভাবে বোঝার প্রয়োজন নেই। ফলে এর মাধ্যমে তাদের অন্য চিন্তায় ব্যস্ত করে তোলার চেষ্টা করা হতো। গবেষক গ্র্যাবে, জোউ ও বারনেট (২০০১) এর মতে, ১৫ শতকের শেষের দিকে সংবেদনবাদ চর্চার বিষয়টি খুঁজে পাওয়া যায়।

গবেষণার প্রেক্ষাপট

রিচার্ড এল. কাপলান (২০০৮) এর মতে, হলুদ সাংবাদিকতা তথা আধুনিক যুগের চাঞ্চল্যকার সংবাদের প্রচলনের শুরু হয় ঊনবিংশ এবং বিংশ শতাব্দীর প্রথম দিকে, যখন মুদ্রণ ব্যবসা ও সংস্কৃতি বিকশিত হচ্ছিল। অসংবেদনশীল সাংবাদিকতা চর্চা দ্রুত বিকশিত হয় ১৮৯০ এর দশকে যুক্তরাষ্ট্রের নিউইয়র্ক শহরের সংবাদপত্র প্রকাশক জোসেফ পুলিৎজার এবং উইলিয়াম র্যানডলফ্‌ হাস্টের মধ্যকার সংবাদপত্রের কাটতি বাড়ানোর এক অসুস্থ প্রতিযোগিতার মাধ্যমে। পরবর্তী শতাব্দীতে যুক্তরাষ্ট্রের গণমাধ্যমগুলো একটি সীমিত শ্রেণিমাধ্যম থেকে গণমাধ্যম হয়ে ওঠার লক্ষ্যে শহরবাসী, শ্রমজীবী মানুষ ও অভিবাসীদের উদ্দেশ্য করে সংবেদনবাদ, পপুলিজম ও সমাজতান্ত্রিক কিছু ধারণা গ্রহণ করে (কাপলান, ২০০৮)।

স্টিফেনস (২০০৭) এর মতে, “ট্যাবলয়েড” সংবাদপত্রে সংবেদনবাদের চর্চা নতুন নয়। তবে এ ধরনের তথ্যগুলো আদর্শ সংবাদের ধারণা থেকে অনেক দূরে। গণমাধ্যম শিল্পের আজকের সূচকীয় আর্থিক উন্নতি সাধনের পেছনেও এই সংবেদনবাদের ভূমিকা রয়েছে (লোয়ি, ২০১৬)। মূলত চাঞ্চল্যকর বিষয়বস্তু নিয়ে সংবাদ প্রকাশ করে মানুষকে আকৃষ্ট করার চেষ্টা করা হয়।

গবেষণার যৌক্তিকতা

গণমাধ্যমের প্রধান ও মৌলিক কাজের মধ্যে একটি হলো জনগণের তথ্যের চাহিদা সঠিকভাবে পূরণ করা (ল্যাসওয়েল, ১৯৪৮)। আধুনিক যুগে গণমাধ্যম আমাদের চিন্তাভাবনার উপর বিশাল প্রভাব ফেলে এবং মিডিয়ার দেওয়া তথ্য উপেক্ষা করা কঠিন হয়ে পড়ে। একটি সমীক্ষায় দেখা যায়, বেশিরভাগ লোকেরা সংবাদমাধ্যম থেকে কিছু মৌলিক বিষয় দাবি করে যেমন সামাজিক এবং রাজনৈতিক ক্ষেত্রে যা ঘটছে সে সম্পর্কে তথ্য। সুতরাং, সংবাদ মাধ্যমের কার্যকলাপের উন্নতির জন্য সাংবাদিকতার স্বচ্ছতা খুবই গুরুত্বপূর্ণ (কালোগেরোপুলাস ও ফ্লিৎচার, ২০১৯)। বর্তমানে বাংলাদেশের বিভিন্ন জাতীয় দৈনিক ও আঞ্চলিক পত্রিকার সংবাদে নানা রকম চাঞ্চল্যকর সংবাদ চোখে পড়ে। যৌনতা, জেভার অসংবেদনশীলতা, সহিসংসতা ইত্যাদি নানা বিষয়ে চাঞ্চল্যকর সংবাদ প্রকাশিত ও প্রচারিত হয়। এই বিষয়ে বিশ্লেষণ বিভিন্ন সময়ে গবেষকেরা গবেষণা করেছেন। তবে বাংলাদেশের সংবাদপত্রের সংবেদনবাদ চর্চার বিষয়ে তেমন কোনো গবেষণা খুঁজে পাওয়া যায়নি। তাই গণমাধ্যমে এমন চর্চা হ্রাস করতে সর্বপ্রথম এই বিষয়ের উপর পর্যাপ্ত গবেষণা প্রয়োজন। এই গবেষণাটি তারই একটি পদক্ষেপ। প্রকৃত অর্থে বাংলাদেশের সংবাদমাধ্যমগুলো সংবেদনবাদ চর্চার প্রকৃতি, বৈশিষ্ট্য ও পরিমাণ নির্ণয় করা উচিত, যেক্ষেত্রে এই গবেষণা ভূমিকা পালন করতে পারে। সাংবাদিকবৃন্দ সংবাদ লেখা ও সম্পাদনার ক্ষেত্রে সংবেদনবাদের বিষয়টি মাথায় রেখে আরো দায়িত্বশীল আচরণে সচেষ্ট হতে পারে। এছাড়া এই গবেষণার ফলাফল ভবিষ্যতে গণমাধ্যমগুলোর কার্যক্রমে উন্নয়ন, পরিবর্তন এবং পরিমার্জনে সহায়ক ভূমিকা পালন করতে পারে।

গবেষণার লক্ষ্য

এই গবেষণার লক্ষ্য হলো বাংলাদেশের সংবাদপত্র ও অনলাইন নিউজ পোর্টালগুলোর সংবাদ পরিবেশনের ক্ষেত্রে সংবেদনবাদ চর্চার প্রকৃতি অন্বেষণ ও পর্যালোচনা।

সংবাদপত্র ও অনলাইন পোর্টালে প্রকাশিত শিরোনামগুলোয় কী ধরনের উপাদান ব্যবহার করে সেগুলোকে অসংবেদনশীল, আকর্ষণীয়, চাঞ্চল্যকর এবং

পাঠকের কৌতুহল বৃদ্ধির চেষ্টা করা হয় তা খুঁজে বের করা গবেষণার অন্যতম উদ্দেশ্য।

গবেষণা প্রশ্ন

১. বাংলাদেশের সংবাদপত্র এবং অনলাইন পোর্টালগুলো কীভাবে সংবেদনবাদের চর্চা করে?
২. সংবাদপত্র ও অনলাইন পোর্টালে প্রকাশিত শিরোনামগুলোতে কী ধরনের উপাদান ব্যবহার করে সেগুলোকে অসংবেদনশীল, আকর্ষণীয়, চাঞ্চল্যকর করা হয়?

প্রাসঙ্গিক সাহিত্য পর্যালোচনা

গণমাধ্যমের সংবেদনবাদ নিয়ে বাংলাদেশে পর্যাপ্ত গবেষণা হয়নি। তবে বিশ্বের অন্যান্য দেশের গবেষণা দেখে এতটুকু বোঝা যায় যে, সাংবাদিকতার পেশাপটে সংবেদনবাদ শব্দটি নতুন নয়।

কেইন-আরজু (২০১৬) তার গবেষণায় মধ্য আমেরিকার দেশ বেলিজের দুটি সর্বাধিক পঠিত সংবাদপত্র “দ্য রিপোর্টার” ও “আমান্ডা”-র সংবেদনবাদ বিশ্লেষণ করে দেখিয়েছেন যে, সংবাদপত্র দুটিতে অপরাধ ও সহিংসতা বিষয়ক খবরগুলোতে অসংবেদনশীলতা লক্ষ্যণীয় এবং গণমাধ্যম দুটিতে শোবিজ তারকাদের নিয়ে চাঞ্চল্যকর সংবাদ শিরোনাম ও ছবি প্রকাশিত হয়।

ওয়াং (২০১২) তার গবেষণায় দেখিয়েছেন যে, প্রতিযোগিতামূলকভাবে গণমাধ্যমে তীব্র সহিংসতার চিত্র প্রকাশ করতে দেখা যায়। কানাডা, ইসরায়েল এবং ইতালির বাণিজ্যিক টেলিভিশন মাধ্যমগুলোতে ৪০৭টিরও বেশি চাঞ্চল্যকর তথ্য সম্বলিত সংবাদ পাওয়া গেছে। বানিজ্যিক গণমাধ্যমে খবর সম্প্রচারের সময় ৩০% এর বেশি চাঞ্চল্যকর বিষয়বস্তু প্রদর্শন করা হয়, অন্যদিকে জাতীয় গণমাধ্যমে এই পরিমাণ ২৩%।

ওয়ায়েস্ট ভার্জিনিয়া বিশ্ববিদ্যালয়ের গবেষক উইলিয়াম বি. ফ্রাই গণমাধ্যমগুলোকে প্রচার সংখ্যার ভিত্তিতে তিনটি শ্রেণীতে (উচ্চ, মধ্যম ও নিম্ন) ভাগ করে সংবেদনবাদ বিশ্লেষণ করে দেখিয়েছেন নিম্ন প্রচার সংখ্যার গণমাধ্যমে সংবেদনবাদের চর্চা বেশি (ফ্রাই, ২০০৫)।

কিছু গবেষণায় সংবেদনবাদ ও পাঠক/দর্শকের আগ্রহের মধ্যে সম্পর্ক পাওয়া গেছে। টেলিভিশন সংবাদের দর্শকদের উপর জরিপ করে জানা যায়, বাস্তবিক বিষয়বস্তুর চেয়ে অপ্রচলিত ও উদ্বেজনাপূর্ণ তথ্যের প্রতি দর্শকের আকর্ষণ অধিক এবং তরুণ এবং মধ্যবয়সীদের মধ্যে এই প্রবণতা বেশি (ভেটেহেন ও ক্রিম্যাস, ২০১৭)।

যখন একটি সংবেদনশীল তথ্য সামনে আসে, সম্পূর্ণ তথ্য জানার জন্য দর্শক বা পাঠকরা সেটি বারবার খুঁজতে থাকে। একটি গবেষণায় নমুনা হিসাবে ৭৩৬টি সর্বাধিক পঠিত সংবাদ পর্যালোচনা করে দেখা যায়, সেখানে চাঞ্চল্যকর তথ্য ছিল বলেই পাঠকেরা সেগুলো পড়তে আকৃষ্ট হয়েছিলেন (ডেভিস এবং ম্যাকলিওড, ২০০৩)।

সংবাদপত্র প্রচারণার উপায় হিসেবে সংবেদনবাদ চর্চার প্রমাণ মিলেছে বিভিন্ন গবেষণায়। গে (২০১৫) বলেন, পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণ করার জন্য চীনা সংবাদমাধ্যমে আইনি প্রতিবেদনগুলো আরো বেশি নাটকীয় শিরোনাম দ্বারা তুলে ধরা হয়।

গণমাধ্যমের সংবেদনবাদের সাথে প্রযুক্তির ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক বিদ্যমান। একটি সমীক্ষায় দেখা গেছে বিভিন্ন রঙচঙে ও উত্তেজনাপূর্ণ সংবাদ অনলাইন গণমাধ্যমের সাহায্যে পাঠকের কাছে পৌঁছে দেয়া অনেক বেশি সহজ। এগুলো সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রকাশ করলেই পাঠকেরা তা ভাইরাল করে দেয়। কিন্তু ছাপা বা টেলিভিশন মাধ্যমে সেই সুযোগ নেই (কিলগো ও সিনটা, ২০১৬)।

এদিকে বার্জারস ও গ্রাফ (২০১৩) এর গবেষণা থেকে বোঝা যায়, গণমাধ্যমের সংবেদনবাদ চর্চাকে এগিয়ে নিয়ে যাচ্ছে মূলত ভাষার ব্যবহার; তীব্র, তীক্ষ্ণ, অসংবেদনশীল ও উত্তেজনাপূর্ণ ভাষার ব্যবহার সংবাদের আদল পালটে দেয়।

বিনোদন জগতের তারকাদের সংবাদ এবং ছবি প্রকাশ করে পাঠকদের আকর্ষণ করার একটি স্পষ্ট প্রমাণ মিলেছে গ্র্যান্ট এডওয়ার্ড বক্সলেইটনারের (২০০৭) গবেষণায়, যেখানে ‘ইউএসএ টুডে’ পত্রিকার পৃষ্ঠাসজ্জা বিশ্লেষণ ও পাঠকদের সাক্ষাৎকার থেকে প্রাপ্ত ফলাফলে পাওয়া যায় যে, পাঠকেরা তারকাদের বিষয়ে সরস খবর পড়তে আগ্রহী।

সংবেদনবাদ চর্চার অন্যতম পরিচিত স্থান হলো শিরোনাম। সংবাদপত্র এবং অনলাইন পোর্টালে এটি লক্ষ্য করা যায় বিশাল মোটা অক্ষরে চমকপ্রদ শব্দের সাথে শিরোনাম প্রকাশ করা হয় পাঠকদের মনোযোগ আকর্ষণের জন্য (ভানাকোর, ২০২১)।

জাতীয় ও ব্যক্তিমালিকানাধীন গণমাধ্যমের মধ্যে সংবেদনবাদের ভিত্তিতে তুলনামূলক বিশ্লেষণের ফল উঠে এসেছে আরেকটি গবেষণায়, যেখানে জাতীয় গণমাধ্যমে ২১টি ও বেসরকারি সংবাদমাধ্যমে ৬৮টি সংবাদ শিরোনামে চাঞ্চল্যকর উপস্থাপনা পাওয়া যায়। এছাড়া লেখার ধরণ, শব্দ, রঙ, বিস্ময়সূচক চিহ্ন, প্রশ্নবোধক চিহ্ন ইত্যাদি ব্যবহার করে সংবাদকে পাঠকদের নিকট নজরকাড়া করে তোলা হয় (গ্যান্জ ও এলেমপিয়া, ২০১৯)।

তবে, কারেন এল. স্ল্যাটের (২০০৯) বলছেন, সংবেদনবাদ চর্চা সংবাদের নীতিনৈতিকার বিরুদ্ধে প্রশ্ন তোলে। তার গবেষণায় স্বাভাবিক সংবাদ এবং চাঞ্চল্যকর

সংবাদের মধ্যে প্রধান পার্থক্যগুলো ব্যাখ্যা করা হয়েছে এবং গণমাধ্যমের নৈতিক অবক্ষয় ও এর পরিণাম সম্পর্কে আলোচনা প্রকাশ পেয়েছে।

তাত্ত্বিক পর্যালোচনা

স্টুয়ার্ট হলের রেপ্রিজেন্টেশন তত্ত্বের আলোকে গবেষণায় প্রাপ্ত তথ্যকে বিশ্লেষণ করা হয়েছে। জ্যামাইকান বংশদ্ভূত ব্রিটিশ সংস্কৃতিতাত্ত্বিক স্টুয়ার্ট হলের (১৯৯৭) মতে, রেপ্রিজেন্টেশন হলো ভাষার মাধ্যমে চারপাশের পরিবেশকে অর্থপূর্ণভাবে উপস্থাপন। একই ধরনের অর্থ তৈরি ও বিনিময় হয় একই সংস্কৃতির মানুষের মধ্যে। এসব ক্ষেত্রে কোনো বিষয় বা ঘটনা সম্পর্কে মানুষের মস্তিষ্কে থাকা ধারণা অর্থ তৈরিতে সাহায্য করে। এই ধারণাগুলো যখন ধ্বনি, লিখিত শব্দ ও চিত্রের মাধ্যমে প্রকাশ পায় তখন তাকে চিহ্ন বলা হয়। একই ভাষার ব্যক্তি ধারণা ও চিহ্নের মাধ্যমে অন্য ব্যক্তি ও ঘটনার উপর অর্থ আরোপ করে। ধারণাগুলো চিহ্নের মাধ্যমে উপস্থাপিত হয়। এই চিহ্ন পরে বাচনিক ও অবাচনিক উপায়ে ভাষায় সংগঠিত হয়। একে রেপ্রিজেন্টেশনের নির্মাণবাদী তত্ত্ব বলা হয়েছে (হল, ১৯৯৭)। এ ছাড়া এই তত্ত্বে বর্ণিত আরও দুইটি দৃষ্টিভঙ্গি রয়েছে যার একটিকে বলা হয় প্রতিফলনকারী, অপরটি উদ্দেশ্যমূলক। প্রতিফলনকারী দৃষ্টিভঙ্গি হলো ব্যক্তি, বস্তু ও ঘটনার মধ্যে যে অর্থ থাকে সেটার প্রতিফলন আর উদ্দেশ্যমূলক দৃষ্টিভঙ্গি হলো লেখা বা বক্তব্যেরও মাধ্যমে যেকোনো বিষয়ের উপর নিজস্ব অর্থ আরোপ (হল, ১৯৯৭)। আবার ভাষা অনেক বিমূর্ত বিষয়কেও তুলে ধরে, যেগুলো দেখা বা স্পর্শ করা যায় না, শুধু অনুভব করা যায়। ফলে বলা যায়, ভাষার মধ্যে অর্থ তৈরি হয় রেপ্রিজেন্টেশন পদ্ধতির মাধ্যমে বা অর্থ উৎপাদনযোগ্য চর্চার মাধ্যমে। অর্থাৎ, রেপ্রিজেন্টেশন শুধু একক কোনো ধারণাকে তুলে ধরে না, বরং এর মাধ্যমে বিভিন্ন ধারণার সংগঠিত, গুচ্ছ করা, সাজানো ও শ্রেণিবিভাগ করা হয় এবং তাদের মধ্যে জটিল সম্পর্ক তৈরির চেষ্টা করা হয় (হল, ১৯৯৭)। এখানে গণমাধ্যম কীভাবে আধেয়কে রেপ্রিজেন্ট করে এবং পাঠকের মধ্যে অর্থ তৈরি করে, তা রেপ্রিজেন্টেশনের মাধ্যমে ব্যাখ্যা করা যায়।

গবেষণা পদ্ধতি

তথ্যের ধরণ ও গবেষণার উদ্দেশ্য সফল করার লক্ষ্যে এখানে আধেয় বিশ্লেষণ পদ্ধতিতে গুণগত গবেষণা করা হয়েছে। এক্ষেত্রে শিরোনামসহ সম্পূর্ণ সংবাদগল্প বিশ্লেষণ করা হয়েছে। সংবাদের আধেয় দেখার পাশাপাশি সংস্কৃতিতে কীভাবে এগুলো ব্যবহৃত হচ্ছে এবং কী অর্থ তৈরি করছে সেটি দেখা হয়েছে। গবেষণার বিষয় অনুসারে যে নির্দিষ্ট তথ্য প্রয়োজন সেগুলো বাংলাদেশের সংবাদপত্র ও অনলাইন পোর্টাল থেকে সংগ্রহ করা হয়েছে।

নমুনায়ন

বাংলাদেশের সংবাদমাধ্যমের মধ্যে সংবেদনবাদের চর্চার প্রকৃতি অন্বেষণ ও তা বিশ্লেষণের জন্যই এই গবেষণা। দেশের সকল সংবাদমাধ্যমই তথ্য সংগ্রহের জন্য বিবেচ্য হতে পারে। কিন্তু গবেষণার নির্দিষ্ট সময়, সীমাবদ্ধতা ও কাজের সুবিধা বিবেচনায় সকল সংবাদপত্র ও অনলাইন নিউজ পোর্টাল থেকে নির্দিষ্ট সংখ্যক নমুনা নির্ধারণ করা হয়েছে। জাতীয় দৈনিক ও অনলাইন নিউজ পোর্টাল এবং আঞ্চলিক দৈনিক ও আঞ্চলিক অনলাইন পোর্টালগুলো থেকে সর্বাধিক প্রকাশিত সংবাদপত্র ও সর্বাধিক প্রচলিত অনলাইন নিউজ পোর্টালগুলোকে নমুনা হিসাবে নেওয়া হয়েছে। গবেষণার বৈশিষ্ট্য এবং উদ্দেশ্যের ভিত্তিতে এই গবেষণা উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন দাবি করে।

নমুনা সংখ্যা

গবেষণাটি বিশ্লেষণ এবং সম্পন্ন করার সুবিধার্থে বাংলাদেশের দুইটি করে সর্বাধিক প্রকাশিত বা প্রচলিত জাতীয় দৈনিক সংবাদপত্র, দুইটি জাতীয় অনলাইন নিউজ পোর্টাল, দুইটি আঞ্চলিক দৈনিক সংবাদপত্র (খুলনা থেকে প্রকাশিত) এবং খুলনার দুইটি আঞ্চলিক অনলাইন পোর্টাল থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। তথ্য সংগ্রহের সুবিধার্থে বাংলাদেশের দক্ষিণ-পশ্চিমাঞ্চলে অবস্থিত তৃতীয় বৃহত্তম শহর খুলনার দুইটি পত্রিকা ও দুইটি অনলাইন নিউজ পোর্টাল বেছে নেওয়া হয়েছে।

বাংলাদেশ চলচ্চিত্র ও প্রকাশনা অধিদপ্তরের (ডিপার্টমেন্ট অব ফিল্ম অ্যান্ড পাবলিকেশন) অক্টোবর, ২০২০ এর সার্কুলেশনসংক্রান্ত তথ্যের ভিত্তিতে জাতীয় দৈনিক হিসেবে *বাংলাদেশ প্রতিদিন* ও *প্রথম আলো* এবং খুলনার আঞ্চলিক দৈনিক হিসেবে *দৈনিক পূর্বাঞ্চল* ও *দৈনিক প্রবাহ* নমুনা নির্ধারণ করা হয়েছে। একই সময়ে র‍্যাংকিং সাইট অ্যালেক্সা ডটকম-এর পদক্রম অনুযায়ী শীর্ষস্থানীয় জাতীয় অনলাইন পোর্টাল হিসেবে *জাগোনিউজ২৪.কম* এবং *বিডিনিউজ২৪.কম*- এই দুইটি নিউজ পোর্টালকে বেছে নেয়া হয়েছে। খুলনার আঞ্চলিক অনলাইন পোর্টালের ক্ষেত্রে এই ধরনের মান নির্ণয়ের সুযোগ না থাকায় সহজলভ্য দুইটি নিউজ পোর্টাল *খুলনা গেজেট.কম* এবং *সুন্দরবননিউজ.কম* নমুনাক্রমে নির্ধারণ করা হয়েছে।

উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়নের মাধ্যমে উক্ত সংবাদপত্র ও পোর্টালগুলোর অক্টোবর ২০২০ থেকে ফেব্রুয়ারি ২০২১ পর্যন্ত মোট পাঁচ মাসের সংখ্যা থেকে সংবাদ সংগ্রহ করা হয়েছে এবং সপ্তাহের দুই দিনের (মঙ্গল ও বৃহস্পতিবার) সংবাদপত্র থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। নির্ধারিত সংবাদপত্রগুলো উক্ত দুই দিনে সংগ্রহ করা গবেষকগণের পক্ষে অনুকূল হওয়ায় এই দুইটি দিন বেছে নেয়া হয়েছে। তবে পর্যবেক্ষণ করে দেখা যায় সপ্তাহের অন্যান্য দিনগুলোতেও সংবাদ পরিবেশনায় বিশেষ পার্থক্য নেই।

মঙ্গলবারের জন্য দৈনিক প্রথম আলো, দৈনিক পূর্বাঞ্চল, বিডিনিউজ২৪.কম এবং সুন্দরবননিউজ.কম, অন্যদিকে বৃহস্পতিবারের জন্য দৈনিক বাংলাদেশ প্রতিদিন, দৈনিক প্রবাহ, জাগোনিউজ২৪.কম এবং খুলনা গেজেট.কম নেওয়া হয়েছে। মোট ১৬৮টি সংখ্যাকে নমুনা হিসাবে নেওয়া হয়েছে।

বিশ্লেষণের একক

এই গবেষণায় নমুনা হিসেবে নেওয়া আটটি সংবাদ মাধ্যমের সংবাদের বিষয়বস্তু, বাক্য ও শব্দ বিশ্লেষণের একক হিসেবে ধরা হয়েছে। মূলত সংবাদ শিরোনামকে মূল হিসেবে ধরে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে।

ফলাফল বিশ্লেষণ ও আলোচনা

গবেষণার জন্য সংগৃহীত তথ্য এখানে আধেয়-বিশ্লেষণ পদ্ধতিতে পর্যায়ক্রমে আলোচনা, পর্যালোচনা ও বিশ্লেষণ করা হয়েছে। আলোচনার সুবিধার জন্য সংগৃহীত সংবাদ শিরোনামগুলোকে কয়েকটি শ্রেণিতে ভাগ করা হয়েছে। এগুলো হলো:

- ক) **অভিনাটকীয় উপস্থাপন:** এই গবেষণায় পরিলক্ষিত হয় যে, সংবাদ শিরোনামে অযাচিত শব্দ যোগ করে পাঠকদের মধ্যে চাঞ্চল্য ও বিভ্রান্তি সৃষ্টির চেষ্টা করা হয়েছে, যেন নাটকীয় শিরোনামের প্রতি তারা আকৃষ্ট হন এবং কৌতুহলের বশে সংবাদটি পড়তে আগ্রহী হয়ে ওঠেন, যদিও অধিকাংশ ক্ষেত্রে সংবাদের শিরোনাম ও মূল সংবাদের মধ্যে মিল পাওয়া যায়নি। সংগৃহীত শিরোনামগুলোর মধ্যে অপরাধ ও সহিংসতার অসংবেদনশীল বর্ণনা রয়েছে পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য, যেগুলো পাঠকের মানসিক উদ্ভিগ্নতা বৃদ্ধি ও স্বাসরুদ্ধকর পরিস্থিতি সৃষ্টি করতে পারে।
- খ) **জেন্ডার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন:** গবেষণায় তথ্য বিশ্লেষণে বেশকিছু শিরোনামে নারীর বৈবাহিক পরিচয়কে মুখ্য করা হলেও, পুরুষের ক্ষেত্রে এ ধরনের নমুনা পাওয়া যায়নি। অর্থাৎ সমাজে প্রচলিত ধারণার চর্চাই শিরোনামে প্রকাশ পেয়েছে। শিরোনামগুলিতে নারীর প্রতি যৌন নির্যাতনের সরাসরি ও স্পষ্ট বর্ণনা দেখা যায় যেটির উদ্দেশ্য পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণ। ভুক্তভোগীর প্রতি অসংবেদনশীল শব্দ বা বাক্যের উপস্থিতির মাধ্যমে শিরোনামে গণমাধ্যমের নিরপেক্ষতা ও নীতি-নৈতিকতা লঙ্ঘন করা হয়েছে। সংবাদমূল্য না থাকার পরও মানুষের একান্ত ব্যক্তিগত জীবন, বিষয় বা ঘটনাকে কেন্দ্র করে শিরোনামকে অতিরঞ্জিত এবং আকর্ষণীয় করার চেষ্টা করা হয়েছে।
- গ) **সংবাদে অতিরঞ্জন:** শিরোনামে অযাচিত শব্দ, শব্দগুচ্ছ বা বাক্যাংশ ব্যবহার করে সংবাদকে অতিরঞ্জিত বা চাঞ্চল্যকর করা হয়েছে।

এই পর্যায়ে নমুনাকৃত সংবাদপত্র এবং নিউজ পোর্টালগুলির সংবাদ শিরোনামগুলো এখানে শ্রেণিবদ্ধ করা হয়েছে। এখানে দৈনিক বাংলাদেশ প্রতিদিন পত্রিকার একুশটি সংখ্যা থেকে পনেরটি শিরোনামে সংবেদনবাদ বিষয়টি পরিলক্ষিত হয়।

অতিনাটকীয় উপস্থাপন:

(১) বর্ডারে প্রিয়মনি

এখানে ‘বর্ডার’ একটি চলচিত্রের নাম যেখানে নায়িকা হিসেবে থাকছেন অভিনেত্রী প্রিয়মনি (“বর্ডারে প্রিয়মনি”, ২০২০)। কিন্তু শিরোনামের উপস্থাপনায় ভিন্ন অর্থ প্রকাশ পাচ্ছে যা পাঠকদের বিভ্রান্ত করতে পারে।

(২) অশুভ তাপসী

সংবাদে অভিনেত্রী তাপসী পানুর বলিউডে আসা ও তার শ্রম ও সংগ্রামের গল্প উঠে এসেছে এবং সেখানে তার কিছু ব্যর্থতার কথাও ছিল যার জের ধরে শিরোনামে তাকে অশুভ হিসাবে বিবেচনা করা হয়েছে (“অশুভ তাপসী”, ২০২০)।

(৩) ভালবাসায় অতিষ্ঠ অপর্ণা

উক্ত শিরোনাম দ্বারা নাটকের একটি দৃশ্যের বর্ণনা দেয়া হয়েছে (“ভালবাসায় অতিষ্ঠ অপর্ণা”, ২০২০)। তবে এমন শিরোনাম পাঠকদের বিভ্রান্ত করতে যথেষ্ট।

(৪) নকল দম্পতি ইয়াস-প্রিয়ম

এই শিরোনামের সংবাদটি পড়লে দেখা যায় যে সেখানে নাটকের দৃশ্যের বর্ণনা দেয়া হয়েছে। অন্যদিকে দর্শকের মনোযোগ কাড়তে এমন অতিনাটকীয় শিরোনাম ব্যবহৃত হয়েছে। (“নকল দম্পতি ইয়াস-প্রিয়ম”, ২০২০)।

(৫) ডার্লিংস আলিয়া

‘ডার্লিংস’ মূলত একটি চলচিত্রের নাম যেখানে আলিয়া ভাট অভিনয় করবেন (“ডার্লিংস আলিয়া”, ২০২১)। কিন্তু সংবাদ শিরোনাম দেখে মনে হতে পারে ভিন্ন কিছু।

(৬) প্রধানমন্ত্রীর ঘর পেলেন প্রতিবন্ধী বুবি

সংবাদে বলা হয়েছে যে সরকার কর্তৃক একজন প্রতিবন্ধী নারীকে সাহায্যস্বরূপ একটি বাড়ি দেয়া হয় (“প্রধানমন্ত্রীর ঘর পেলেন প্রতিবন্ধী বুবি”, ২০২০)। কিন্তু শিরোনামটি পড়ে মনে হয় যেন প্রধানমন্ত্রীর বাড়িতেই স্থান পেয়েছেন সেই প্রতিবন্ধী।

- (৭) যুবককে গলা কেটে হত্যা
শিরোনামটি পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে ‘গলা কেটে’ শব্দগুচ্ছ ব্যবহৃত হয়েছে, তবে শিরোনামে অপরাধের এমন বর্ণনা অসংবেদনশীলতার বহিঃপ্রকাশ (“যুবককে গলা কেটে হত্যা”, ২০২০)।
- (৮) বসতঘরে গৃহবধূর গলা কাটা লাশ
সংবাদ শিরোনামে ‘গলা কাটা’ শব্দগুচ্ছ দ্বারা অপরাধের অসংবেদনশীল বর্ণনা দেয়া হয়েছে (“বসতঘরে গৃহবধূর গলা কাটা লাশ”, ২০২০)।
- (৯) চট্টগ্রামে অভিনব কৌশলে ইয়াবা পাচার
উক্ত শিরোনাম শুনে মনে হতে পারে যে, এখানে অপরাধের প্রশংসা করা হচ্ছে (“চট্টগ্রামে অভিনব কৌশলে ইয়াবা পাচার”, ২০২০)। যেকোনো অপরাধ ও দুর্নীতিতে ‘অভিনব কৌশল’ বলে আখ্যা দেয়া অনুচিত।
- (১০) কুমিল্লায় ফিল্মি স্টাইলে গুলি ও কুপিয়ে যুবলীগ কর্মী খুন
এই শিরোনামটির উপস্থাপনায় ‘ফিল্মি স্টাইলে’ শব্দগুচ্ছ দ্বারা সহিংস ঘটনার প্রতি অনুপ্রেরণা ও প্রশংসা প্রকাশ পেয়েছে (“কুমিল্লায় ফিল্মি স্টাইলে গুলি ও কুপিয়ে যুবলীগ কর্মী খুন”, ২০২০)।

সংবাদে অতিরঞ্জন:

- (১১) মুন্সীগঞ্জে প্রেমিক যুগলসহ চার জনের লাশ উদ্ধার
এখানে দুই ব্যক্তির মধ্যে ব্যক্তিগত সম্পর্ক অর্থাৎ ‘প্রেমিক যুগলসহ’ শব্দগুলো গণমাধ্যমের জন্য গুরুত্বপূর্ণ নয়, বরং চারটি লাশের সংবাদ গুরুত্বপূর্ণ; কিন্তু প্রেমিক যুগল সম্বোধন করে শিরোনামটি চাঞ্চল্যকর রূপ দেয়া হয়েছে (“মুন্সীগঞ্জে প্রেমিকযুগলসহ চার জনের লাশ উদ্ধার”, ২০২০)।

জেন্ডার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন:

- (১২) গোসলের ভিডিও দেখিয়ে জিম্মি করে ধর্ষণ, যুবক গ্রেফতার
শিরোনামটি ছিল একজন নারীর যৌন হয়রানি বিষয়ক এবং নিঃসন্দেহে খুব সংবেদনশীল বিষয় (“গোসলের ভিডিও দেখিয়ে জিম্মি করে ধর্ষণ, যুবক গ্রেফতার”, ২০২০)। এখানে ঘটনার এত গভীর বর্ণনা না করে বিষয়টিকে যৌন হয়রানি ও ধর্ষণ হিসেবে উল্লেখ করা যেতে পারে।
- (১৩) গাজীপুরে গণধর্ষণ অভিনেত্রীকে, ভাবীকে ধর্ষণ নারায়ণগঞ্জে
সংবাদটির বিষয়বস্তু অনুযায়ী ‘দেশের বিভিন্ন জায়গায় একাধিক ধর্ষণের ঘটনা’ এরূপ বর্ণনায় শিরোনামটিকে পরিমার্জন করার মাধ্যমে অসংবেদনশীলতা হ্রাস

করা সম্ভব (“গাজীপুরে গণধর্ষণ অভিনেত্রীকে, ভাবীকে ধর্ষণ নারায়ণগঞ্জে”, ২০২১)।

(১৪) নগ্ন ভিডিও নিয়ে ব্ল্যাকমেইল করায় প্রেমিকাকে হত্যা

শিরোনামটিতে পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য অপরাধের বিষয় সম্পর্কে অতিরিক্ত ব্যাখ্যা এবং ‘নগ্নতা’ শব্দটির অসংবেদনবেদশীল উপস্থাপন করা হয়েছে। (“নগ্ন ভিডিও নিয়ে ব্ল্যাকমেইল করায় প্রেমিকাকে হত্যা”, ২০২১)।

(১৫) নেত্রকোণায় ফুফার বিরুদ্ধে ধর্ষণ মামলা

সংবাদটিতে ধর্ষণে অভিযুক্ত ব্যক্তির কথা বলা হয়েছে যা তখনও প্রমাণিত হয়নি; তদুপরি ভুক্তভুগীর আত্মীয় পরিচয় দিয়ে শিরোনামটিকে আরও অতিরঞ্জিত করা হয়েছে (“নেত্রকোণায় ফুফার বিরুদ্ধে ধর্ষণ মামলা”, ২০২১)।

দৈনিক প্রথম আলো পত্রিকার একুশটি সংখ্যা থেকে আটটি শিরোনামে সংবেদনবাদ বিষয়টি পরিলক্ষিত হয় যা নিম্নে আলোচনা করা হয়েছে:

অতিনাকীয় উপস্থাপন:

(১) শাহরুখ খান এর বাড়ি আর অক্ষয় এর টাকা চান করিনা

সংবাদে বলা হয়েছে, করিনা কাপুর বলিউডের স্বনামধন্য তারকাদের কাছে তাদের কোন কোন বিশেষ যোগ্যতা অর্জন করতে চান এবং সেখানে বেশ কয়েকজন তারকার কথা উল্লেখ ছিল (“শাহরুখ খান এর বাড়ি আর অক্ষয় এর টাকা চান করিনা”, ২০২০)। কিন্তু শিরোনামটি সংবাদের ভিন্ন অর্থ প্রকাশ করছে। শিরোনামটি শুধুমাত্র শাহরুখ খান এবং অক্ষয় কুমারকে মূখ্য করে অতিনাকীয়তার সৃষ্টি করেছে।

(২) কয়টি সন্তান চান জাস্টিন বিবার

সংবাদে বলা হয়েছে, বিবার মনে করেন সন্তান জন্মের সিদ্ধান্তের জন্য তার স্ত্রীর উপর নির্ভর করা উচিত কারণ শরীর যেহেতু তার, তাই এটি তার সিদ্ধান্ত (“কয়টি সন্তান চান জাস্টিন বিবার”, ২০২০)। কিন্তু শিরোনামের উপস্থাপনা সম্পূর্ণ ভিন্ন তথ্যের আবহ তৈরী করে।

(৩) বিশ্ব আমার পা নিয়েই আলাপ করছিলো

বিনোদন পৃষ্ঠার এই শিরোনামে হলিউড অভিনেত্রী ক্রিস্টেন স্টুয়ার্টসের র‍্যাম্প শো নিয়ে একটি সংবাদ প্রকাশিত হয় যেখানে তিনি তার স্বাচ্ছন্দ্যের জন্য জুতাবিহীন পায়ে হেঁটেছিলেন (“বিশ্ব আমার পা নিয়েই আলাপ করছিলো”, ২০২০)। কিন্তু সেই শিরোনাম বলছে অন্য কথা।

(৪) দশ বছরে সোনাঞ্চীর ৮৪ কোটি টাকা আয়

বিনোদন পাতার বলিউড তারকাদের বিভিন্ন অর্জন ও আয় নিয়ে প্রকাশিত সংবাদটির শিরোনামে শুধুমাত্র পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণ করার জন্য সোনাঞ্চী সিনহার আয়কে ফলাও করে প্রকাশ করা হয়েছে (“দশ বছরে সোনাঞ্চীর ৮৪ কোটি টাকা আয়”, ২০২০)। মূল সংবাদ এবং শিরোনামের মধ্যে পার্থক্য তৈরী হয়েছে তা বিভ্রান্তিকর।

(৫) আর নগ্ন হবেন না কেইরা

সংবাদে কেইরা বলেছিলেন যে তিনি “পুরুষের অনুমান” কে প্রভাবিত করতে চান না এবং নিজেকে যৌন পণ্য হিসাবে উপস্থাপন করতে তার আপত্তি আছে (“আর নগ্ন হবেন না কেইরা”, ২০২১)। তবে সংবাদটিকে আরো নজরকাড়া করতে শিরোনামে “নগ্নতার” বিষয়টি তুলে ধরেছে প্রথম আলো।

(৬) বুনো হাওয়া বইছে মিগান ফক্সের মনে

হলিউড সেলিব্রেটি মেগান ফক্সের ব্যক্তিগত জীবন নিয়ে একটি সংবাদগল্প প্রকাশিত হয়েছিল যার শিরোনামটি অতিরঞ্জিত (“বুনো হাওয়া বইছে মিগান ফক্সের মনে”, ২০২১)।

(৭) বাংলাদেশ এখন ক্ষুধার্ত

খেলার পাতায় পাওয়া সংবাদটিতে বাংলাদেশ ক্রিকেটের সফলতার আকাঙ্ক্ষাকে বোঝানো হয়েছে (“বাংলাদেশ এখন ক্ষুধার্ত”, ২০২০)। তবে শিরোনামটি পড়ে কোভিডকালীন মন্দা, দারিদ্র্য এবং ক্ষুধার বিষয়টি মনে হতে পারে। এখানে শিরোনামটি এমন হতে পারত “জয়ের ক্ষুধা বাংলাদেশের”।

জেন্ডার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন:

(৮) গন্তব্যে পৌঁছে দিতে গিয়ে দুই দফায় দুই জনের ধর্ষণ

শিরোনামটি একটি যৌন সহিংসতার এমন বর্ণনা প্রদান করেছে যা পাঠকদের মনে সংবেদন গৃহীত করতে পারে (“গন্তব্যে পৌঁছে দিতে গিয়ে দুই দফায় দুই জনের ধর্ষণ”, ২০২০)। অতিরিক্ত ব্যাখ্যা ছাড়াও উপস্থাপনা অসংবেদনশীল।

খুলনার আঞ্চলিক সংবাদপত্র দৈনিক পূর্বাঞ্চল পত্রিকার একুশটি সংখ্যা থেকে চারটি শিরোনাম সংগৃহীত হয়েছে:

জেন্ডার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন:

(১) সাভারে রাতে দরজা ভেঙে তরুণীকে ধর্ষণের অভিযোগ

সংবাদটি ছিল অভিযুক্ত ব্যক্তিকে কেন্দ্র করে কিন্তু, তদন্তাধীন ঘটনা নিয়ে যৌন সহিংসতার এমন অতিরিক্ত বর্ণনা শিরোনামটিকে চাঞ্চল্যকর করে তুলেছে (“সাভারে রাতে দরজা ভেঙে তরুণীকে ধর্ষণের অভিযোগ”, ২০২০)।

- (২) নারীকে বিবস্ত্র করে নির্যাতনের ভিডিও অপসারণে বিটিআরসিকে নির্দেশ
যৌন হয়রানির সেই সংবাদটিতে ‘বিবস্ত্র’ শব্দটি বারবার উল্লেখ করা হয়েছে যা অসংবেদনশীল (“নারীকে বিবস্ত্র করে নির্যাতনের ভিডিও অপসারণে বিটিআরসিকে নির্দেশ”, ২০২০)।
- (৩) বিবস্ত্র করে গৃহবধূ নির্যাতন, ধর্ষণের প্রতিবাদে বিক্ষুব্ধ সারাদেশ
‘বিবস্ত্র’ শব্দ এই শিরোনামে ব্যবহার করা জরুরী নয়, এখানে মূল বিষয় যৌন হয়রানি (“বিবস্ত্র করে গৃহবধূ নির্যাতন, ধর্ষণের প্রতিবাদে বিক্ষুব্ধ সারাদেশ”, ২০২০)। তাছাড়া ধর্ষণের বর্ণনা বারবার তুলে ধরা হয়েছে পাঠকদের মধ্যে উত্তেজনা গুটি করতে এবং সংবাদের কাটতি বাড়ানোর স্বার্থে।

সংবাদে অতিরঞ্জন:

- (৪) দেশ ব্যাপী নারী নির্যাতন ও জেনা-ব্যভিচার রোধ করতে ইমাম পরিষদের ১২ দফা প্রস্তাবনা
শিরোনামটিতে ‘জেনা-ব্যভিচার’ শব্দগুচ্ছ দ্বারা নির্দিষ্ট ধর্মীয় নীতির প্রকাশ পেয়েছে (“দেশব্যাপী নারী নির্যাতন ও জেনা-ব্যভিচার রোধ করতে ইমাম পরিষদের ১২ দফা প্রস্তাবনা, ২০২০)। নিরপেক্ষতা বজায় রাখার স্বার্থে শিরোনামটি এভাবে হতে পারে, ‘দেশব্যাপী নারী নির্যাতন ও অসামাজিক কার্যক্রম রোধ করতে ইমাম পরিষদের ১২ দফা প্রস্তাবনা’।

খুলনার আঞ্চলিক সংবাদপত্র *দৈনিক প্রবাহ* পত্রিকার একুশটি সংখ্যা থেকে সাতটি শিরোনামে সংবেদনবাদ লক্ষণীয়।

অতিনাটকীয় উপস্থাপন:

- (১) মিথিলা আউট, সারিকা ইন
সংবাদে বলা হয়েছে একটি টেলিভিশন অনুষ্ঠানে অভিনেত্রী মিথিলার পরিবর্তে সারিকা উপস্থাপনা শুরু করেন (“মিথিলা আউট, সারিকা ইন”, ২০২০)। সংবাদে শিরোনামটি বিভ্রান্তিকর ও শব্দের ব্যবহার স্ফুটনমূলক নয়।

সংবাদে অতিরঞ্জন:

- (২) বিয়ের প্রলোভনে ধর্ষণের পর হত্যা, মানিকগঞ্জে যুবকের যাবজ্জীবন
বিয়ের প্রতিশ্রুতিতে অন্তরঙ্গ হওয়া এবং পরবর্তীতে বিয়েতে অসম্মতি জানানো এক প্রকার প্রতারণা। তাই সংবাদে একে ধর্ষণ বলা হয়েছে, যা অনুচিত (“বিয়ের প্রলোভনে ধর্ষণের পর হত্যা, মানিকগঞ্জে যুবকের যাবজ্জীবন, ২০২০)।

- (৩) যশোরে গৃহবধূকে চাকু ঠেকিয়ে জোরপূর্বক ধর্ষণের অভিযোগে মামলা জোরপূর্বক বা অনিচ্ছাসত্ত্বেও যৌন সম্পর্ক স্থাপন করাই ধর্ষণ। সংবাদটিতে ধর্ষণকে জোরপূর্বক বলে আখ্যা দিয়ে অতিরঞ্জিত করা হয়েছে (“যশোরে গৃহবধূকে চাকু ঠেকিয়ে জোরপূর্বক ধর্ষণের অভিযোগে মামলা”, ২০২১)।
- (৪) ঘরে ঢুকে গৃহবধূকে ধর্ষণ, গ্রেফতার ও কীভাবে ধর্ষণের শিকার হয়েছে শিরোনামে তা ব্যাখ্যা করে চাঞ্চল্য তৈরি করে পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণের চেষ্টা করা হয়েছে (“ঘরে ঢুকে গৃহবধূকে ধর্ষণ, গ্রেফতার ও”, ২০২০)।
- (৫) ভেড়ামারায় যুবতীর হাত-পা বাধা বিবস্ত্র লাশ উদ্ধার সংবাদটি একটি লাশ উদ্ধার সম্পর্কে, কিন্তু সেখানে ‘যুবতী’, ‘বিবস্ত্র’ ইত্যাদি শব্দগুলোর ব্যবহার করে পাঠকমনে সংবেদন সৃষ্টি করা হয়েছে (“ভেড়ামারায় যুবতীর হাত-পা বাধা বিবস্ত্র লাশ উদ্ধার”, ২০২১)।

জেভার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন:

- (৬) শ্যামনগরে ধর্ষিতার ভাইকে নির্যাতন
সংবাদটির মূল বক্তব্য ছিল একজন পুরুষের উপর সহিংসতা কেন্দ্রিক। পূর্বে ঐ ব্যক্তির বোন ধর্ষণের শিকার হয়েছিলেন এবং সেই ধর্ষণের ঘটনাকে শিরোনামে উল্লেখ করে পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণের চেষ্টা করা হয়েছে। অন্যদিকে ধর্ষণের ভুক্তভোগী একজন নারীকে ‘ধর্ষিতা’ বলে পরিচয় দেয়া অসংবেদনশীলতার পরিচায়ক, এক্ষেত্রে ‘ধর্ষণের শিকার নারী’ বলে পরিচয় দেয়া যেতে পারে। (“শ্যামনগরে ধর্ষিতার ভাইকে নির্যাতন”, ২০২০)।
- (৭) স্কুলছাত্রীর নগ্ন ছবি ফেইসবুকে ছড়িয়ে দেওয়ায় যুবক আটক
সংবাদটি মূলত যৌন হয়রানি বিষয়ক, কিন্তু শিরোনামটিতে ‘নগ্ন’ শব্দটি ব্যবহার করে চাঞ্চল্যকর রূপ দেয়া হয়েছে (“স্কুলছাত্রীর নগ্ন ছবি ফেইসবুকে ছড়িয়ে দেওয়ায় যুবক আটক”, ২০২০)।

জাতীয় অনলাইন পোর্টাল জাগোনিউজ২৪.কম-এর ২৬টি শিরোনামে সংবেদনবাদ বিষয়টি পরিলক্ষিত হয়।

অতিনাটকীয় উপস্থাপন:

- (১) ভাইয়ের সাথে দ্বন্দ্ব তারিনের
এই শিরোনামে নাটকের একটি দৃশ্যের কথা বলা হয়েছে তবে এমন শিরোনাম দেখে পাঠক প্রথম নজরে বিভ্রান্ত হতে পারে (“ভাইয়ের সাথে দ্বন্দ্ব তারিনের”, ২০২০)।

- (২) কত টাকায় পাওয়া যায় রণবীর কাপুরকে
বিনোদন বিষয়ক সংবাদটিতে নায়ক রণবীরের পারিশ্রমিকের কথা বলা হয়েছে, তবে শিরোনামের উপস্থাপনায় রয়েছে অতিনাটকীয়তা (“কত টাকায় পাওয়া যায় রণবীর কাপুরকে”, ২০২০)।
- (৩) বিয়ে ভাঙতে সাফা কবিরের দুষ্টুমি
বিনোদন বিষয়ক সংবাদের এই শিরোনাম পড়ে মনে হতে পারে বাস্তব জীবনে সাফা কবিরের তার বিয়ে ভাঙার পরিকল্পনা করছেন, কিন্তু নাটকের দৃশ্যের কাহিনী নিয়ে করা এই শিরোনাম পাঠকদের আকৃষ্ট করতে ব্যবহার করা হয়েছে (“বিয়ে ভাঙতে সাফা কবিরের দুষ্টুমি”, ২০২০)। কিন্তু সংবাদের সাথে শিরোনামের অর্থগত অমিল তৈরী হয়েছে।
- (৪) সাহসী সাবিলার প্রেমে বখাটে অপূর্ব
এটিও একটি নাটকের দৃশ্য যা শিরোনাম হিসাবে রচনা করা হয়েছে যাতে পাঠকেরা কৌতুহলের বশে সংবাদটি পড়তে আগ্রহী হয় (“সাহসী সাবিলার প্রেমে বখাটে অপূর্ব”, ২০২১)।
- (৫) মাহতাব হোসেনের প্রিয় কবিতায় পঙ্গু কবি সজল
এখানে মাহতাব হোসেন পরিচালিত ‘প্রিয় কবিতা’ নাটকে একজন পক্ষাঘাতগ্রস্থ ব্যক্তির চরিত্রে অভিনয় করেছেন অভিনেতা আবদুন নূর সজল (“মাহতাব হোসেনের প্রিয় কবিতায় পঙ্গু কবি সজল”, ২০২০)। কিন্তু শিরোনামটি বিভ্রান্তিকর।
- (৬) অপূর্ব রানার যন্ত্রণায় বাপ্পী
এই সংবাদে বলা হয়, অপূর্ব রানা পরিচালিত চলচিত্রে অভিনয় করতে যাচ্ছেন বাপ্পী (“অপূর্ব রানার যন্ত্রণায় বাপ্পী”, ২০২১)। কিন্তু শিরোনামে তা উপস্থাপন করা হয়েছে নাটকীয়ভাবে।
- (৭) জিৎ এর ঘরে দেবের প্রেমিকা
সংবাদে লক্ষ্য করা যায় যে, একটি চলচিত্রে অভিনয় করছেন জিৎ ও রুষ্ণিণী মৈত্র; দেবের সঙ্গে রুষ্ণিণী মৈত্রের সম্পর্ক থাকতে পারে যা তাদের ব্যক্তিগত বিষয়, কিন্তু সংবাদের শিরোনামের রুষ্ণিণী মৈত্রকে দেবের প্রেমিকা হিসেবে পরিচয় দেয়া হয়েছে (“জিৎ এর ঘরে দেবের প্রেমিকা”, ২০২০)। শিরোনামের উপস্থাপনাটি একটি বিতর্কিত অর্থ তৈরি করেছে।
- (৮) মায়ের মৃত্যুর পরদিন মারা গেলেন বজরঙ্গী ভাইজানের অভিনেতা
সংবাদের গল্পে ‘বজরঙ্গি ভাইজান’ চলচ্চিত্রের পার্শ্ব চরিত্র হরিশ বাঞ্চতার মৃত্যুকে বোঝানো হয়েছে (“মায়ের মৃত্যুর পরদিন মারা গেলেন বজরঙ্গী ভাইজানের অভিনেতা”, ২০২০)। ‘বজরঙ্গি ভাইজান’ চলচ্চিত্রের কেন্দ্রীয় চরিত্রে অভিনয়

করেছেন সালমান খান। যদি ‘বজরঙ্গি ভাইজান’ চলচ্চিত্রের অভিনেতা উল্লেখ করা হয়, সাধারণত পাঠকরা সালমান খানের কথা ভাবতে পারেন; এবং শিরোনামের অর্থ দাঁড়ায় যে, সালমান খান তার মায়ের মৃত্যুর পরদিন মারা গেছেন।

- (৯) হৃত্তিক জানালেন তার সেক্সি হয়ে ওঠার গল্প
সংবাদে অভিনেতাকে যৌন আবেদনময় হিসেবে বোঝানো হয়েছে, যদিও এখানে চলচ্চিত্রে তার চরিত্র সম্পর্কে কথা বলেছেন (“হৃত্তিক জানালেন তার সেক্সি হয়ে ওঠার গল্প”, ২০২০)। কিন্তু শিরোনামে তা উপস্থাপন করেছে চাপ্‌ল্যকর ভঙ্গিতে।
- (১০) সাকিব-মাহির রোমান্স অবশেষে পাঁচতারা হোটеле
সংবাদে বলা হয়েছে একটি পাঁচতারকা হোটেলের চলচ্চিত্রের মহড়ায় অংশ নিয়েছেন সাকিব খান ও মাহিয়া মাহি (“সাকিব-মাহির রোমান্স অবশেষে পাঁচতারা হোটেলের”, ২০২০)। তবে পাঠকদের আকৃষ্ট করার জন্য এই শিরোনাম অতিরঞ্জিত করা হয়েছে।
- (১১) মারপিট করতে শাহরুখের সাথে দুবাই যাচ্ছেন জন আব্রাহাম
একটি চলচ্চিত্রের দৃশ্যকে শিরোনাম হিসাবে রচনা করা হয়েছে সংবাদকে অতি আকর্ষণীয় করার জন্য (“মারপিট করতে শাহরুখের সাথে দুবাই যাচ্ছেন জন আব্রাহাম, ২০২১)
- (১২) ২০ বছরের ছেলে আছে ইমরান হাশমি ও সানি লিওনের
একজন ছাত্রের বিশ্ববিদ্যালয়ের বাবা-মায়ের নামের স্থানে ইমরান হাশমি এবং সানি লিওনের নাম নিবন্ধিত হয়েছে (“২০ বছরের ছেলে আছে ইমরান হাশমি ও সানি লিওনের”, ২০২০)। এই সমস্যাটি তদন্তাধীন রয়েছে তবে পাঠকদের আকৃষ্ট করার জন্য এই শিরোনাম অতিরঞ্জিত ও বিকৃতভাবে উপস্থাপন করা হয়েছে।
- (১৩) ফিল্ম ছাড়া সব পেশাতেই সফল করিনার ‘বোন’
সৌম্য ট্যান্ডন একটি ছবিতে করিনা কাপুরের সঙ্গে বোনের ভূমিকায় অভিনয় করেছিলেন, যিনি করিনার আপন বোন নন (“ফিল্ম ছাড়া সব পেশাতেই সফল করিনার ‘বোন’”, ২০২১)। শিরোনামে অভিনেত্রীকে তার চলচ্চিত্রের চরিত্র দ্বারা পরিচয় করিয়ে দেয়া হয়েছে যা নিঃসন্দেহে অতিরঞ্জিত এবং পাঠকদের মধ্যে ভুল ধারণা তৈরি করতে পারে।
- (১৪) ছেলের জন্য শাহরুখ খানের আফসোস
ইনস্টাগ্রামের মন্তব্যের ভিত্তিতে শিরোনামটি লেখা হয়েছে যেখানে স্ত্রী ও সন্তানদের একটি ছবির মন্তব্যে শাহরুখ খান সন্তানদের সাথে থাকার ইচ্ছা প্রকাশ করেন (“ছেলের জন্য শাহরুখ খানের আফসোস”, ২০২১)। কিন্তু শিরোনাম ভিন্ন অর্থ প্রকাশ করেছে।

(১৫) বাপ্পির টানে গভীর রাতে ঘরের বাইরে অপু বিশ্বাস

সংবাদটিতে চলচিত্রের দৃশ্যকে তুলে ধরা হয়েছে কিন্তু শিরোনাম শুনে মনে হতে পারে বাস্তব ঘটনা (“বাপ্পির টানে গভীর রাতে ঘরের বাইরে অপু বিশ্বাস”, ২০২০)।

(১৬) কক্ষে মিলল শিশুর ঝুলন্ত লাশ, কারণ প্রেমঘটিত নাকি অন্যকিছু

সংবাদ অনুসারে, মৃতদেহটি ছিল আঠারো বছরের কম বয়সী একটি মেয়ের এবং সেখানে এমন কোনও সূত্র পাওয়া যায়নি যে ঘটনাটি প্রেমঘটিত (“কক্ষে মিলল শিশুর ঝুলন্ত লাশ, কারণ প্রেমঘটিত নাকি অন্যকিছু”, ২০২০)। এই শিরোনাম ব্যবহার করার কারণ শুধুমাত্র পাঠকের মনে বিভ্রান্তি সৃষ্টি করে তাকে আকৃষ্ট করা।

(১৭) স্বামী দেশে ফেরার পর স্ত্রীর আত্মহত্যা

সংবাদে বলা আছে যে, স্বামী দেশে ফেরার পর দীর্ঘ চার মাস একসঙ্গে ছিলেন এই দম্পতি এবং পরবর্তীতে স্ত্রী আত্মহত্যা করেন (“স্বামী দেশে ফেরার পর স্ত্রীর আত্মহত্যা”, ২০২০)। কিন্তু শিরোনামে ভিন্ন অর্থ প্রকাশ পেয়েছে।

(১৮) মনপুরায় আরেক ‘পাপিয়া’

বহিস্কৃত যুব মহিলা লীগ নেত্রী শামীমা নূর পাপিয়া একজন অপরাধী। অপরাধ করেছে এমন কাউকে পাপিয়া নামে সম্বোধন করা অনুচিত। এ সংবাদে বিভিন্ন অপরাধে সন্দেহভাজন একজন উপজেলা ভাইস চেয়ারম্যান পারভিন আক্তার রেবুকে পাপিয়া নামে সম্বোধন করা হচ্ছে (“মনপুরায় আরেক ‘পাপিয়া’”, ২০২১)।

(১৯) বলিউড তারকারা যে কারণে মালদ্বীপে যান

সংবাদটিতে মালদ্বীপের সমুদ্র সৈকতে বলিউড তারকাদের ইন্সটাগ্রাম অ্যাকাউন্টে পোস্ট করা কিছু ছবি প্রকাশ করা হয়েছে, যেগুলো ছিল তাদের ব্যক্তিগত মুহূর্তের (“বলিউড তারকারা যে কারণে মালদ্বীপে যান”, ২০২০)। কিন্তু এখানে বিষয়টিকে চাঞ্চল্যকর করা হয়েছে, যার কোনো সংবাদমূল্য নেই।

জেভার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন:

(২০) বরিশালে প্রাথমিকের দুই শিক্ষকের বিশেষ মুহূর্তের ছবি ভাইরাল

যদি কারো ব্যক্তিগত তথ্য দুর্ঘটনাবশত ইন্টারনেটে ভাইরাল হয়ে যায়, গণমাধ্যমের তা নিয়ে সংবাদ তৈরি করা একধরনের সংবেদনবাদের চর্চা। অনলাইন পোর্টালটিতে বেশি ক্লিক/ভিউ পাওয়ার জন্য এ ধরনের সংবাদ প্রকাশ করা হয়েছে, যা নৈতিকভাবে অন্যায় (“বরিশালে প্রাথমিকের দুই শিক্ষকের বিশেষ মুহূর্তের ছবি ভাইরাল”, ২০২০)।

(২১) গৃহবধূকে বিবস্ত্র করে নির্যাতন: মেম্বারসহ দুইজনের দায় স্বীকার

শিরোনামে যৌন সহিংসতাকে এভাবে সরাসরি বর্ণনা করে অসংবেদনশীলতার চর্চা করা হয়েছে (“গৃহবধূকে বিবস্ত্র করে নির্যাতন: মেম্বারসহ দুইজনের দায় স্বীকার”, ২০২০)। ভুক্তভুগীর ক্ষেত্রে ‘নগ্ন’ ও ‘বিবস্ত্র’ ইত্যাদি শব্দের ব্যবহার বর্জন করাই শ্রেয়।

(২২) বরিশালে ধর্ষণে কিশোরী অন্তঃসত্ত্বা

শিরোনামটির মূল বক্তব্য হল ধর্ষণের কারণে একজন কিশোরী গর্ভবতী হয়েছে, যা অসংবেদনশীল। এখানে গর্ভধারণের বিষয়টি নয়, বরং সংবাদমূল্যের দিক থেকে অপরাধ হিসেবে ধর্ষণের ঘটনাটি গুরুত্বপূর্ণ (“বরিশালে ধর্ষণে কিশোরী অন্তঃসত্ত্বা”, ২০২০)।

(২৩) ঘরে ঢুকে গৃহবধূকে ধর্ষণ: যুবলীগের নেতা রিমান্ডে

শিরোনামে অতিরিক্ত বর্ণনা লক্ষ্য করা গেছে (“ঘরে ঢুকে গৃহবধূকে ধর্ষণ: যুবলীগের নেতা রিমান্ডে”, ২০২০)। শিরোনামটি সংযতরূপে লেখা যায়, ‘ধর্ষণের মামলায় যুবলীগ নেতা রিমান্ডে’।

(২৪) ফুসলিয়ে বাড়িতে নিয়ে এলো বন্ধু, ধর্ষণ করলো প্রেমিক

এই সংবাদের সংবাদমূল্যের দিক থেকে প্রধান কেন্দ্রবিন্দু হল যৌন হয়রানি (ধর্ষণ) যা খুবই সংবেদনশীল বিষয়, তাই শব্দ ব্যবহারে আরও সতর্ক হওয়া উচিত, কারণ এই ধরনের শব্দ ‘ফুসলিয়ে’ (প্রলোভিত করে) সংবাদের গুরুত্ব হ্রাস করে (“ফুসলিয়ে বাড়িতে নিয়ে এলো বন্ধু, ধর্ষণ করলো প্রেমিক”, ২০২০)

(২৫) প্রবাসীর স্ত্রীকে ধর্ষণের অভিযোগে আ.লীগ নেতা কারাগারে

সংবাদটিতে একজন নারীকে তার স্বামীর পরিচয়ে পরিচিত করে জেন্ডার অসংবেদনশীল আচরণ করা হয়েছে (“প্রবাসীর স্ত্রীকে ধর্ষণের অভিযোগে আ.লীগ নেতা কারাগারে”, ২০২০)। শিরোনামটি পরিমার্জন করে লেখা যেতে পারে, ‘ধর্ষণের অভিযোগে আওয়ামীলীগ নেতা কারাগারে’।

(২৬) স্বামী পরিত্যক্তা নারীকে ধর্ষণের দায়ে যাবজ্জীবন কারাদণ্ড

স্বামীর সাথে সম্পর্ক বিচ্ছিন্ন হওয়া একজন নারীর পরিচয় হতে পারেনা। মূলত সংবাদটি ধর্ষণের ঘটনাকেন্দ্রিক, কিন্তু জেন্ডার অসংবেদনশীল শব্দ (স্বামী পরিত্যক্তা নারী) ব্যবহার করে শিরোনামটিকে পাঠকের দৃষ্টিগোচর করার চেষ্টা করা হয়েছে (“স্বামী পরিত্যক্তা নারীকে ধর্ষণের দায়ে যাবজ্জীবন কারাদণ্ড”, ২০২০)

জাতীয় অনলাইন পোর্টাল বিডিনিউজ২৪.কম-এর পাঁচটি শিরোনামে সংবেদনবাদ বিষয়টি পরিলক্ষিত হয়।

অতিনাটকীয় উপস্থাপন:

(১) প্রতিদিন মুরগীর মাংস খাওয়ার পরিণাম

শিরোনামে ‘পরিণাম’ শব্দটি ব্যবহার করার কারণে মনে হতে পারে মুরগির মাংস খাওয়া স্বাস্থ্যের উপর নেতিবাচক প্রভাব ফেলে, তবে পুরো সংবাদ পড়ে দেখা যায় আমিষ হিসাবে মুরগির মাংস খাওয়ার গুরুত্ব সম্পর্কে বলা হয়েছে (“প্রতিদিন মুরগীর মাংস খাওয়ার পরিণাম”, ২০২১)। সুতরাং, শিরোনাম এবং সংবাদের মধ্যে একটি পার্থক্য লক্ষ্য করা যায়। তাছাড়া এমন শিরোনাম ব্যবহার করা হয়েছে পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য।

(২) মেসি না খেললেই বার্সা জেতে

শিরোনামে অরলান্দো গান্ডির একটি মন্তব্য তুলে ধরা হয়েছে, তবে সেখানে কোনো উদ্ধৃতি চিহ্ন ব্যবহার করা হয়নি বা মন্তব্যটি কার সেটাও উল্লেখ করা হয়নি (“মেসি না খেললেই বার্সা জেতে”, ২০২১)। ফলে শিরোনামে অর্থই পরিবর্তিত হয়ে গেছে।

(৩) বিবস্ত্র করে নির্যাতন-দেলোয়ারের মাছের খামারে গুলি বোমা

সংবাদটি মূলত মাছের খামারে গুলি ও বোমা হামলা নিয়ে। অভিযুক্ত ব্যক্তি পূর্বে একটি যৌন সহিংসতার ঘটনায় জড়িত ছিল। অভিযুক্ত ব্যক্তির অতীত কার্যকলাপ উল্লেখ করে শিরোনামটিকে চাঞ্চল্যকর করা হয়েছে। দুটি পৃথক ঘটনা এমনভাবে শিরোনামে নিয়ে আসা হয়েছে, যা পাঠকমনে বিভ্রান্তি তৈরি করে (“বিবস্ত্র করে নির্যাতন-দেলোয়ারের মাছের খামারে গুলি বোমা”, ২০২০)।

জেভার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন:

(৪) নারীকে বিবস্ত্র করে নির্যাতনে ১৪ জনের বিরুদ্ধে অভিযোগপত্র

নারী নির্যাতনের বিষয়ে সংবেদনশীল হওয়া সাংবাদিকতার নৈতিকতা হিসেবে বিবেচনা করা হয়। সুতরাং, শব্দ চয়নে সতর্ক হওয়া প্রয়োজন। শিরোনামটিতে ‘বিবস্ত্র করে নির্যাতন’ শব্দগুচ্ছ দ্বারা জেভার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন করা হয়েছে (“নারীকে বিবস্ত্র করে নির্যাতনে ১৪ জনের বিরুদ্ধে অভিযোগপত্র”, ২০২০)।

(৫) নীলফামারিতে স্বামীর পুরুষাঙ্গ কেটে স্ত্রী কারাগারে

শিরোনামটিতে যৌন সহিংসতার সরাসরি বর্ণনা দিয়ে অসংবেদনশীলতার পরিচয় দেয়া হয়েছে (“নীলফামারিতে স্বামীর পুরুষাঙ্গ কেটে স্ত্রী কারাগারে”, ২০২০)। গণমাধ্যমের এই ধরনের বিষয় সতর্কতার সাথে প্রকাশ করা উচিত কারণ এটি পাঠকদের মধ্যে নেতিবাচক প্রভাব ফেলতে পারে।

খুলনার আঞ্চলিক অনলাইন পোর্টাল *খুলনা গেজেট.কম*-এর পাঁচটি শিরোনামে সংবেদনবাদ বিষয়টি পরিলক্ষিত হয়।

অতিনাটকীয় উপস্থাপনা:

(১) ছয় বোকাকে নিয়ে সারা শহর জুড়ে কী করছেন ফারুকী

সংবাদে ‘ছয় বোকা’ মানে মোস্তফা সাওয়ার ফারুকীর শুটিং ইউনিটের ছয়জন লোককে বোঝানো হয়েছে এবং তিনি শুটিংয়ের উদ্দেশ্যে শহরজুড়ে ঘুরে বেড়াচ্ছিলেন (“ছয় বোকাকে নিয়ে সারা শহর জুড়ে কী করছেন ফারুকী”, ২০২১)। বিষয়টি শিরোনামে নাটকীয়ভাবে লেখা হয়েছে, যা বিভ্রান্তিকর।

জেন্ডার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপনা:

(২) পাবনায় প্রবাসীর স্ত্রীর ধর্ষণ মামলায় আ’লীগ নেতা গ্রেফতার

সংবাদটির মূখ্য বিষয় ধর্ষণ ও ধর্ষণ মামলায় অভিযুক্ত ব্যক্তি। ধর্ষণের শিকার হওয়া নারীর পরিচয় এখানে গুরুত্বপূর্ণ নয়। ‘প্রবাসীর স্ত্রী’ সম্বোধনে একজন নারীকে স্বামীর পরিচয়ে পরিচয় করিয়ে শিরোনামটিকে চাঞ্চল্যকর রূপ দেয়া হয়েছে (“পাবনায় প্রবাসীর স্ত্রীর ধর্ষণ মামলায় আ’লীগ নেতা গ্রেফতার”, ২০২০)।

(৩) নারায়ণগঞ্জে পুলিশ সদস্যের বিরুদ্ধে দুই সন্তানের জননীকে ধর্ষণের অভিযোগে মামলা

এখানে যৌন সহিংসতাই মূল বিষয়। শিরোনামটিতে নারীর সন্তানের সংখ্যা উল্লেখ করে অতিরঞ্জিত করে তোলা হয়েছে (“নারায়ণগঞ্জে পুলিশ সদস্যের বিরুদ্ধে দুই সন্তানের জননীকে ধর্ষণের অভিযোগে মামলা”, ২০২০)। নারীর পরিচয় হলো তিনি ‘নারী’, স্বামী, সন্তান তার মূল পরিচয় নয়।

(৪) কারাগারে নারীসঙ্গ, ১৮ কর্মকর্তা-কর্মচারীকে দায়ী করে তদন্ত প্রতিবেদন

সংবাদের প্রধান বিষয় হল আদালতে অভিযুক্ত ব্যক্তির ক্ষমতার চর্চা তুলে ধরা, কিন্তু সেখানে ‘নারীসঙ্গ’ শব্দটি ব্যবহার করে সংবেদন গৃষ্টি করা হয়েছে (“কারাগারে নারীসঙ্গ, ১৮ কর্মকর্তা-কর্মচারীকে দায়ী করে তদন্ত প্রতিবেদন”, ২০২১)।

(৫) বন্ধুদের প্রলোভনে বেড়াতে গিয়ে তরুণী গণধর্ষণের শিকার

শিরোনামের উপস্থাপনা নিরপেক্ষ নয়। এখানে ‘প্রলোভন’ শব্দ ব্যবহার করে ভুক্তভোগীকে দোষারোপ করার ইঙ্গিত পাওয়া যায় (“বন্ধুদের প্রলোভনে বেড়াতে গিয়ে তরুণী গণধর্ষণের শিকার”, ২০২০)।

খুলনার আঞ্চলিক অনলাইন পোর্টাল সুন্দরবননিউজ.কম-এর একটি শিরোনামে সংবেদনবাদ বিষয়টি পরিলক্ষিত হয়।

অতিনাটকীয় উপস্থাপন:

(১) হৃদয় ভেঙে গেছে বাইডেনের

সংবাদে বলা হয়েছে, মার্কিন রাষ্ট্রপতি জো বাইডেন বিশ্বব্যাপী কোভিড-১৯ মহামারীর কারণে মর্মান্বিত হয়েছিলেন। (“হৃদয় ভেঙে গেছে বাইডেনের”, ২০২১)। তবে শিরোনামের উপস্থাপনায় তা অতিনাটকীয় রূপ পেয়েছে। শিরোনাম লেখার ক্ষেত্রে এসব উপায় অবলম্বন করা হয় মূলত পাঠকের নজর সংবাদে আটকে ফেলার জন্য যাতে সংবাদপত্রের কাটতি ও অনলাইন সাবস্ক্রিপশন বৃদ্ধি হয় তথা ব্যবসায়িক লাভ অর্জন করা যায়।

গবেষণায় তুলনামূলক বিশ্লেষণের ফলাফলে দেখা যায়, (টেবিল ১) জাতীয় অনলাইন পোর্টাল জাগোনিউজ২৪.কম এ সর্বোচ্চ ২৬টি এবং জাতীয় দৈনিক সংবাদপত্র দৈনিক বাংলাদেশ প্রতিদিন এ ১৫টি চাঞ্চল্যকর শিরোনামে অসংবেদনশীল সংবাদ প্রকাশিত হয়েছে। অন্যান্য সংবাদপত্র ও অনলাইন নিউজ পোর্টালের ক্ষেত্রেও এই সংখ্যা শূন্যের কোঠায় নয়।

গবেষণায় প্রাপ্ত ফলাফলের ভিত্তিতে দেখা যায় জাতীয় ও আঞ্চলিক গণমাধ্যমগুলোর মধ্যে জাতীয় পর্যায়ে অনলাইন নিউজ পোর্টালে অসংবেদনশীল সংবাদ প্রকাশের চর্চা সর্বোচ্চ (৩১টি)। এরপরের অবস্থানে রয়েছে মূল ধারার জাতীয় দৈনিক পত্রিকা (২৩টি)। এখানে সার্কুলেশন ও ইন্টারনেটের মাধ্যমে সহজে মানুষের কাছে পৌঁছে যাওয়ার ক্ষেত্রে অর্থাৎ ক্লিক বেইট-এর কারণে শিরোনামে নীতিনৈতিকতার চেয়ে সংবাদকে মুখরোচক করে তোলার প্রতি বেশি গুরুত্ব দেয়া হচ্ছে। জাতীয় পর্যায়ে গণমাধ্যমগুলোর তুলনায় আঞ্চলিক গণমাধ্যমগুলোতে অসংবেদনশীল সংবাদ প্রকাশের চর্চা কম। জাতীয় পর্যায়ে গণমাধ্যমগুলোতে যেখানে ৫৪টি অসংবেদনশীল সংবাদ প্রকাশিত হয়েছে, সেখানে আঞ্চলিক পর্যায়ে দৈনিক পত্রিকা ও অনলাইন নিউজ পোর্টালে ১৭টি অসংবেদনশীল সংবাদ প্রকাশিত হয়েছে।

টেবিল ১: সংগৃহীত শিরোনামগুলোর তুলনামূলক বিশ্লেষণ

সংবাদপত্র ও অনলাইন পোর্টালের নাম	অতিনাটকীয় উপস্থাপন	জেন্ডার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন	সংবাদে অতিরঞ্জন	অসংবেদনশীল সংবাদ সংখ্যা
বাংলাদেশ প্রতিদিন	১০	৪	১	১৫
প্রথম আলো	৭	১	-	৮
দৈনিক পূর্বাঞ্চল	-	৩	১	৪
দৈনিক প্রবাহ	১	২	৪	৭
জাগোনিউজ ২৪.কম	১৯	৭	-	২৬
বিডিনিউজ ২৪.কম	৩	২	-	৫
খুলনা গেজেট.কম	১	৪	-	৫
সুন্দরবননিউজ.কম	১	-	-	১
মোট	৪২	২৩	৬	৭১

গবেষণায় প্রাপ্ত ফলাফলে অসংবেদনশীল সংবাদগুলো বিশ্লেষণ করলে দেখা যায়, সংবাদগুলোর শিরোনাম ও মূল সংবাদের মধ্যে অসামঞ্জস্যতা পাওয়া যায়। অপরাধ ও সহিংসতা এবং বিনোদনমূলক সংবাদগুলোকে চাঞ্চল্যকর ও অতিরঞ্জন করা হয়েছে। এ ছাড়া সংবেদনবাদের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ হিসেবে জেন্ডার সংবেদনশীলতার অভাবও প্রকটভাবে দেখা গেছে।

এভাবে সংবাদগুলোতে শিরোনাম তৈরির ক্ষেত্রে যে ধরনের ভাষা ব্যবহার করা হয়েছে তাতে করে গণমাধ্যমগুলোতে প্রকৃতপক্ষে সামাজিক চর্চায় সংবেদনবাদকে অর্থাৎ অতিরঞ্জন, চাঞ্চল্য সৃষ্টিকারী শব্দ ও বাক্যকে পাঠকের জন্য স্বাভাবিক করে তোলার চেষ্টা পরিলক্ষিত হয়েছে। এখানে ‘অভিনব কৌশল’, ‘ফিল্মি স্টাইল’, ‘প্রভোভনের মাধ্যমে ধর্ষণ’, ‘সেক্সি’ ইত্যাদি শব্দের ব্যবহার সংবাদের মূল বিষয়বস্তুকে হালকা করে দিয়ে বরং চটকদার করে তোলা হচ্ছে।

এই গবেষণায় উঠে আসার তথ্যের ভিত্তিতে তাই বলা যায়, বাংলাদেশের সংবাদমাধ্যমে সংবেদনবাদের চর্চা আছে। বিশেষ করে সহিংস সংবাদ ও জেন্ডার আলোচনায় ছাঁচীকরণ লক্ষ্যণীয়। এর ফলে সাংবাদিকতার নৈতিকতাও প্রশ্নের মুখে পড়ছে। এ ছাড়া সংবাদপত্রের অন্যান্য উপাদান যেমন, ছবি, শব্দ নিয়ে পরবর্তীতে গবেষণা করা গেলে আরো বিশদভাবে ফলাফল বিশ্লেষিত হতে পারে।

উপসংহার

খবরের কাটতি বাড়ানোর পুরানো কৌশল হিসেবে বাংলাদেশের সংবাদমাধ্যমে অতিনাটকীয় উপস্থাপন, জেন্ডার অসংবেদনশীলতা ও যৌন সহিংসতার অসংবেদনশীল

উপস্থাপন, সংবাদে অতিরঞ্জন, অপরাধ সহিংসতার অসংবেদনশীল উপস্থাপন, ভুক্তভুগীকে দোষারোপ, ব্যক্তিগত বিষয় দৃষ্টিগোচর করা- এ ধরনের সংবেদনবাদ চর্চা করছে। একবার পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করার পর বিভিন্ন তথ্য জটিল, আপাত-অবিশ্বাস্য, বিভ্রান্তিকরভাবে উপস্থাপন করে সেগুলোকে যৌক্তিক করে তোলার চেষ্টা করে সংবাদমাধ্যমগুলো। গণমাধ্যম এক্ষেত্রে সফলও হচ্ছে কারণ সংবাদের বিক্রি বাড়ছে। সাধারণ পাঠকেরা না বুঝেই চাঞ্চল্যকর তথ্যের জালে ধরা পড়ে আর এর ফলস্বরূপ গণমাধ্যমগুলো তাদের প্রকৃত মূল্য হারায়। পাঠক স্বভাবগতভাবেই চাঞ্চল্যকর সংবাদের প্রতি আকৃষ্ট হয়, আর এই কারণেই সংবাদে চাঞ্চল্যকর সংবাদ এখনো পরিবেশিত হচ্ছে। তবে পাঠকের স্বভাব যাই হোক, রাষ্ট্রের চতুর্থ শক্ত হিসেবে গণমাধ্যমের সামাজিক দায়বদ্ধতা আছে। সমাজকে পরিবর্তন করা কিংবা সংবেদনশীল পাঠক বা দর্শক গড়ে তোলার মতো ক্ষমতা তার আছে। পাশাপাশি গণমাধ্যম নানামুখী চাপ নিয়ে সংবাদ পরিবেশন করে। এর মধ্যে অতিরঞ্জিত ও চাঞ্চল্যকর সংবাদ পরিবেশন সাংবাদিকতাকে যেমন প্রশ্নের মুখে ফেলে, তেমনি সংবাদের গুরুত্ব পাঠকের কাছে দুর্বল করে তোলে। সুতরাং, অনৈতিক অনুশীলন বন্ধ করা উচিত কারণ মানুষ নির্ভরযোগ্য তথ্যের জন্য গণমাধ্যমের উপর নির্ভর করে। তাই সংবেদনবাদ উসকে না দিয়ে, গণমাধ্যমের আচরণ আরও দায়িত্বশীল হওয়া প্রয়োজন।

তথ্যসূত্র

- ওয়াং, তাই-লি। (২০১২)। প্রেজেন্টেশন অ্যান্ড ইম্পেক্ট অব মার্কেট ড্রাইভেন জার্নালিজম অন সেনসেশনালিজম ইন গ্লোবাল টিভি নিউজ। *ইন্টারন্যাশনাল কমিউনিকেশন গেজেট*, ৭৪(৮), ৭১১-৭২৭। <https://doi.org/10.1177/1748048512459143>
- কাপলান, এল রিচার্ড। (২০০৮)। ইয়োলো জার্নালিজম। *দি ইন্টারন্যাশনাল এনসাইক্লপিডিয়া অব কমিউনিকেশন*। ১১, ৫৩৬৯-৫৩৭০। https://www.academia.edu/8114924/Yellow_Journalism_of_the_1890s_Encyclopedia_Entry
- কালোগেরোপুলাস, এন্টোনিস ও ফ্লিচার, রিচার্ড। (২০১৯)। হোয়াট ডু পিপল থিংক এবাউট দ্য নিউজ মিডিয়া? *ডিজিটাল নিউজ রিপোর্ট*। <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/what-do-people-think-about-the-news-media/>
- কিলগো, ডেনিয়েল কে., ও সিনটা, ভিনিসিও। (২০১৬)। সিক্স থিংস ইউ ডিডেন্ট নো এবাউট হেডলাইন রাইটিং: সেনসেশনালিস্টিক ফর্ম ইন ভাইরাল নিউজ কন্টেন্ট ফ্রম ট্রাডিশনাল এন্ড ডিজিটাল নেটিভ নিউজ অর্গানাইজেশনস। *রিসার্চ জার্নাল অব দ্য ইন্টারন্যাশনাল সিম্পোজিয়াম অন অনলাইন জার্নালিজম (আইএসওজে)*, ৬(১), ১১১-১৩০। <https://www.researchgate.net/profile/James->

Breiner/publication/303765927_The_Economics_of_Accountability_Journalism_What_Price_Is_Right/links/5751491208ae02ac12759238/The-Economics-of-Accountability-Journalism-What-Price-Is-Right.pdf#page=112

কেইন-আরজু, ডিসেরি এল. পি.। (২০১৬)। *সেনসেশনালিজম ইন নিউজপেপারস: আ লুক এট দ্য রিপোর্টার অ্যান্ড আমান্ডা ইন বেলজি ২০১০-২০১৪*। দ্য রচেস্টার ইন্সটিটিউট অব টেকনোলজি।

<https://www.proquest.com/openview/553a2fe392b4b48c277ab64997244439/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>

গে, ইয়ানফেং। (২০১৫)। *সেনসেশনালিজম ইন মিডিয়া ডিসকোর্স: আ জনরা-বেইজড এনালাইসিস অব চাইনিজ লিগ্যাল নিউজ রিপোর্টস। ডিসকোর্স এন্ড কমিউনিকেশনস*, ১০(১), ২২-৩৯।

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750481315602395>

গ্যান্জ, কিসলে ইয়ঙ্গা ও এলেমপিয়া, ফরচা ডমিনিক। (২০১৯)। *সেনসেশনালিজম ইন জার্নালিজম: এনালাইসিস অব প্রাইভেট এন্ড পাবলিক প্রিন্ট মিডিয়া কভারেজ অব ক্রাইসিস সিচুয়েশনস ইন ক্যামেরুন। জার্নাল অব ম্যাস কমিউনিকেশন এন্ড জার্নালিজম*, ৯(২)। <https://www.hilarispublisher.com/open-access/sensationalism-in-journalism-practice-analysis-of-private-and-public-print-media-coverage-of-crisis-situations-in-camero.pdf>

হল, স্টুয়ার্ট। (১৯৯৭)। *দ্য ওয়াক অব রিপ্রেজেন্টেশন: কালচারাল রিপ্রেজেন্টেশন এন্ড সিগনিফায়িং প্রাক্টিস*। সেইজ।

ফ্রাই, উইলিয়াম বি.। (২০০৫)। *আ কোয়ালিটেটিভ এনালাইসিস অব সেনসেশনালিজম ইন মিডিয়া*। ওয়েস্ট ভার্জিনিয়া ইউনিভার্সিটি।

<https://www.proquest.com/openview/f215efe040139b0d86f888c43f78dfe8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

বক্সলেইটনার, গ্র্যান্ট এডওয়ার্ড। (২০০৭)। “সেক্সি সেনসেশনালিজম কেস স্টাডি: দ্য ফেসিনেশন উইথ সেলিব্রিটি নিউজ এন্ড হোয়াই ইউএসএ টুডে ক্যাটারস টু দ্য অবসেশন”। *ইউনিভার্সিটি অব সাউথ ফ্লোরিডা*।

<https://digitalcommons.usf.edu/etd/642/>

বার্জারস, ক্রিশ্চিয়ান, ও গ্রাফ, এয়ানেকে ডে। (২০১৩)। *ল্যান্ডস্কেপ ইনটেনসিটি অ্যাজ আ সেনসেশনালিস্টিক নিউজ ফিচার: দ্য ইনফ্লুয়েন্স অব স্টাইল অন সেনসেশনালিজম পারসেপশন অ্যান্ড ইফেক্টস। কমিউনিকেশনস- দ্য ইউরোপীয়ান জার্নাল অব কমিউনিকেশন রিসার্চ*, ৩৮(২), ১৬৭-১৮৮।

<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/commun-2013-0010/html>

ভেট্টেহেন, পল হেনড্রিক্স ও ক্লিম্যাস, মারিস্কা। (২০১৭)। *প্রভিং দ্য অবভিয়াস? হোয়াট সেনসেশনালিজম কন্ট্রিবিউটস টু দ্য টাইম স্পেস অন নিউজ ভিডিও। ইলেক্ট্রনিক নিউজ*, ১২(২), ১১৩-১২৭।

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1931243117739947>

ভ্যানাকোর, রাইলন। (নভেম্বর ১২, ২০২১)। সেনসেশনালিজম ইন মিডিয়া। *রিপোর্টার*।

<https://reporter.rit.edu/news/sensationalism-media>

ডেভিস, হ্যাক ও ম্যাকলিওড, এস. লিভসে। (২০০৩)। হোয়াই হিউম্যান্স ভ্যালু সেনসেশনাল নিউজ: আন ইভ্যালুয়েশনারি পারসপেক্টিভ। *ইভোলিউশন এন্ড হিউম্যান বিহেভিয়ার*, ২৪(৩), ২০৮-২১৬।

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1090513803000126>

লোয়ি, লিভসে। (২০১৬)। *ক্রাইং উলফ: এন এন্যালাইসিস অব দ্য ইউজ অব সেনসেশনাল কন্টেন্ট উইদিন দ্য মিডিয়া এন্ড দ্য ডিসেনসিটাইজিং ইফেক্টস ইট হ্যাজ অন অডিয়েন্স*। সান জোস স্টেট ইউনিভার্সিটি।

<https://www.proquest.com/openview/a87ef46dbc3f2653324f79da27af933c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>

ল্যাসওয়েল, হ্যারোল্ড ডি। (১৯৪৮)। দ্য স্ট্রীকচার এন্ড ফাংশন অব কমিউনিকেশন ইন সোসাইটি। *দ্য কমিউনিকেশন অব আইডিয়াস*, ৩৭ (১), ২১৫-২২৮। <https://asset-pdf.scinapse.io/prod/2290526371/2290526371.pdf>

স্ল্যাটেরি, কারেন এল। (১৯৯৪)। সেনসেশনালিজম ভার্সেস নিউজ অব দ্য মোর্যাল লাইফ: মেকিং দ্য ডিসটিংকশন। *জার্নাল অব ম্যাস মিডিয়া এথিক্স*, ৯(১), ৫-১৫। https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327728jmme0901_1

স্টিফেনস, মিশেল। (২০০৭)। *আ হিস্ট্রি অব নিউজ* (তৃতীয় সংস্করণ)। অক্সফোর্ড ইউনিভার্সিটি প্রেস।

সংযুক্তি:

গবেষণায় ব্যবহৃত সংবাদের তথ্যসূত্র

অশুভ তাপসী (১১ নভেম্বর ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

অপূর্ব রানার যন্ত্রণায় বাপ্পী (২৫ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। *জাগোনিউজ২৪.কম*।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/646361>

আর নগ্ন হবেন না কেইরা (২৬ জানুয়ারি, ২০২১)। *প্রথম আলো*।

কয়টি সন্তান চান জাস্টিন বিবার (২০ অক্টোবর ২০২০)। *প্রথম আলো*।

কত টাকায় পাওয়া যায় রণবীর কাপুরকে (৮ অক্টোবর ২০২০)। *জাগোনিউজ২৪.কম*।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/614180>

কক্ষে মিলল শিশুর বুলবুল লাশ, কারণ প্রেমঘটিত নাকি অন্যকিছু (১ অক্টোবর ২০২০)।

জাগোনিউজ২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/country/news/614416>

কারাগারে নারীসঙ্গ, ১৮ কর্মকর্তা-কর্মচারীকে দায়ী করে তদন্ত প্রতিবেদন (৪ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। *খুলনা গেজেট.কম*। <https://tinyurl.com/mvhtpc68>

কুমিল্লায় ফিল্ম স্টাইলে গুলি ও কুপিয়ে যুবলীগ কর্মী খুন (১২ নভেম্বর, ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

গৃহবধূকে বিবস্ত্র করে নির্যাতন: মেম্বারসহ দুইজনের দায় স্বীকার (৮ অক্টোবর, ২০২০)।
জাগোনিউজ২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/country/news/615937>

গস্তব্যে পৌঁছে দিতে গিয়ে দুই দফায় দুই জনের ধর্ষণ (২০ অক্টোবর ২০২০)। প্রথম আলো।
গোসলের ভিডিও দেখিয়ে জিম্মি করে ধর্ষণ, যুবক গ্রেফতার (৩১ ডিসেম্বর ২০২০)। বাংলাদেশ
প্রতিদিন।

গাজীপুরে গণধর্ষণ অভিনেত্রীকে, ভাবীকে ধর্ষণ নারায়ণগঞ্জে (২১ ফেব্রুয়ারি ২০২১)।
বাংলাদেশ প্রতিদিন।

ঘরে ঢুকে গৃহবধূকে ধর্ষণ, গ্রেফতার ৩ (২২ অক্টোবর ২০২০)। দৈনিক প্রবাহ।

ঘরে ঢুকে গৃহবধূকে ধর্ষণ: যুবলীগের নেতা রিমান্ডে (২২ অক্টোবর ২০২০)।
জাগোনিউজ২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/country/news/618968>

ছেলের জন্য শাহরুখ খানের আফসোস (১১ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। জাগোনিউজ২৪.কম।
<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/642849>

ছয় বোকাকে নিয়ে সারা শহর জুড়ে কী করছেন ফারুকী (৪ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। খুলনা
গেজেট.কম। <https://tinyurl.com/38x2cdy6>

জিৎ এর ঘরে দেবের প্রেমিকা (৫ নভেম্বর ২০২০)। জাগোনিউজ২৪.কম।
<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/621568>

হৃত্তিক জানালেন তার সেক্সি হয়ে ওঠার গল্প (২৬ নভেম্বর ২০২০)। জাগোনিউজ২৪.কম।
<https://www.jagonews24.com/entertainment/bollywood/625782>

হৃদয় ভেঙে গেছে বাইডেনের (২৩ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। সুন্দরবননিউজ.কম।
<https://tinyurl.com/37uyfj7c>

ডার্লিংস আলিয়া (১৮ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। বাংলাদেশ প্রতিদিন।

দশ বছরে সোনাক্ষীর ৮৪ কোটি টাকা আয় (২৪ নভেম্বর ২০২০)। প্রথম আলো।

দেশ ব্যাপী নারী নির্যাতন ও জেনা-ব্যভিচার রোধ করতে ইমাম পরিষদের ১২ দফা প্রস্তাবনা
(১৩ অক্টোবর ২০২০)। দৈনিক পূর্বাক্ষর।

নকল দম্পতি ইয়াস-প্রিয়ম (১৪ জানুয়ারি ২০২১)। বাংলাদেশ প্রতিদিন।

নগ্ন ভিডিও নিয়ে ব্ল্যাকমেইল করায় প্রেমিকাকে হত্যা (১৮ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। বাংলাদেশ
প্রতিদিন।

নারীকে বিবস্ত্র করে নির্যাতনের ভিডিও অপসারণে বিটিআরসিকে নির্দেশ (৬ অক্টোবর ২০২০)।
দৈনিক পূর্বাক্ষর।

নেত্রকোণায় ফুফার বিরুদ্ধে ধর্ষণ মামলা (৮ অক্টোবর ২০২০)। বাংলাদেশ প্রতিদিন।

নারীকে বিবস্ত্র করে নির্যাতনে ১৪ জনের বিরুদ্ধে অভিযোগপত্র (১৫ ডিসেম্বর ২০২০)।
বিডিনিউজ২৪.কম।

<https://bangla.bdnews24.com/samagrabangladesh/article1837638.bdnews>

নীলফামারিতে স্বামীর পুরুষাঙ্গ কেটে স্ত্রী কারাগারে (১৯ নভেম্বর ২০২০)। *বিডিনিউজ*২৪.কম।

<https://bangla.bdnews24.com/samagrabangladesh/article1825340.bdnews>

নারায়ণগঞ্জে পুলিশ সদস্যের বিরুদ্ধে দুই সন্তানের জননীকে ধর্ষণের অভিযোগে মামলা (৮ অক্টোবর ২০২০)। *খুলনা গেজেট*.কম। <https://tinyurl.com/3ys9hvw>

প্রধানমন্ত্রীর ঘর পেলেন প্রতিবন্ধী বুবি (১৫ অক্টোবর ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

প্রবাসীর স্ত্রীকে ধর্ষণের অভিযোগে আ'লীগ নেতা কারাগারে (৮ অক্টোবর ২০২০)।

*জাগোনিউজ*২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/country/news/615924>

প্রতিদিন মুরগীর মাংস খাওয়ার পরিণাম (৫ জানুয়ারি ২০২১)। *বিডিনিউজ*২৪.কম।

<https://bangla.bdnews24.com/lifestyle/article1844884.bdnews>

পাবনায় প্রবাসীর স্ত্রীর ধর্ষণ মামলায় আ'লীগ নেতা হেফতার (৮ অক্টোবর ২০২০)। *খুলনা গেজেট*.কম। <https://tinyurl.com/2pak4um8>

ফিল্ম ছাড়া সব পেশাতেই সফল করিনার 'বোন' (৪ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। *জাগোনিউজ*২৪.কম।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/641109>

ফুসলিয়ে বাড়িতে নিয়ে এলো বন্ধু, ধর্ষণ করলো প্রেমিক (১৯ অক্টোবর ২০২০)।

*জাগোনিউজ*২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/country/news/624421>

বিশ্ব আমার পা নিয়েই আলাপ করছিলো (৩ নভেম্বর ২০২০)। *প্রথম আলো*।

বুনো হাওয়া বইছে মিগান ফক্সের মনে (২ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। *প্রথম আলো*।

বাংলাদেশ এখন ক্ষুধার্ত (৩ নভেম্বর ২০২০)। *প্রথম আলো*।

বর্ডারে প্রিয়মনি (১৯ নভেম্বর ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

বসতঘরে গৃহবধূর গলা কাটা লাশ (১১ নভেম্বর ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

বিবস্ত্র করে গৃহবধূ নির্যাতন, ধর্ষণের প্রতিবাদে বিক্ষুব্ধ সারাদেশ (৬ অক্টোবর ২০২০)। *দৈনিক পূর্বাব্ধল*।

বিয়ের প্রলোভনে ধর্ষণের পর হত্যা, মানিকগঞ্জে যুবকের যাবজ্জীবন (২২ অক্টোবর ২০২০)। *দৈনিক পূর্বাব্ধল*।

বিয়ে ভাঙতে সাফা কবিরের দুষ্টমি (২৯ অক্টোবর, ২০২০)। *জাগোনিউজ*২৪.কম।

বিয়ে ভাঙতে সাফা কবিরের দুষ্টমি (jagonews24.com)

বাঙ্গির টানে গভীর রাতে ঘরের বাইরে অপু বিশ্বাস (১৯ অক্টোবর ২০২০)।

*জাগোনিউজ*২৪.কম।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/624394>

বলিউড তারকারা যে কারণে মালদ্বীপে যান (৩ ডিসেম্বর ২০২০)। *জাগোনিউজ*২৪.কম।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/bollywood/627163>

বরিশালে প্রাথমিকের দুই প্রধান শিক্ষকের বিশেষ মুহূর্তের ছবি ভাইরাল (১৯ নভেম্বর ২০২০)।

*জাগোনিউজ*২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/country/news/624486>

বরিশালে ধর্ষণে কিশোরী অন্তসত্তা (৮ অক্টোবর ২০২০)। *জাগোনিউজ২৪.কম*।

<https://www.jagonews24.com/country/news/615927>

বিবস্ত্র করে নির্যাতন: দেলোয়ারের মাছের খামারে গুলি-বোমা (৬ অক্টোবর ২০২০)।

বিডিনিউজ২৪.কম।

<https://bangla.bdnews24.com/samagrabangladesh/article1808511.bdnews>

বন্ধুদের প্রলোভনে বেড়াতে গিয়ে তরুণী গণধর্ষণের শিকার: আটক ২ (২৬ নভেম্বর ২০২০)।

খুলনা গেজেট.কম। <https://tinyurl.com/ycku2vpt>

ভালবাসায় অতিষ্ঠ অপর্ণা (৩ ডিসেম্বর ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

ভেড়ামারায় যুবতীর হাত-পা বাধা বিবস্ত্র লাশ উদ্ধার (১৮ ফেব্রুয়ারি ২০২১)। *দৈনিক প্রবাহ*।

ভাইয়ের সাথে দ্বন্দ্ব তারিনের! (১৫ অক্টোবর ২০২০)। *জাগোনিউজ২৪.কম*।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/617345>

মুসীগঞ্জে প্রেমিক যুগলসহ চার জনের লাশ উদ্ধার (২৬ নভেম্বর, ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

মিথিলা আউট, সারিকা ইন (৫ নভেম্বর, ২০২০)। *দৈনিক প্রবাহ*।

মাহতাব হোসেনের প্রিয় কবিতায় আসছেন পদ্ম কবি সজল (৫ নভেম্বর ২০২০)।

জাগোনিউজ২৪.কম।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/621586>

মায়ের মৃত্যুর পরদিন মারা গেলেন বজরঙ্গী ভাইজানের অভিনেতা (১২ নভেম্বর ২০২০)।

জাগোনিউজ২৪.কম।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/bollywood/623009>

মারপিট করতে শাহরুখের সাথে দুবাই যাচ্ছেন জন আব্রাহাম (২১ জানুয়ারি, ২০২১)।

জাগোনিউজ২৪.কম।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/637802>

মনপুরায় আরেক ‘পাপিয়া’(৪ ফেব্রুয়ারি, ২০২১)। *জাগোনিউজ২৪.কম*।

<https://www.jagonews24.com/country/news/641140>

‘মেসি না খেললেই বার্সা জেতে’ (২৬ জানুয়ারি, ২০২১)। *বিডিনিউজ২৪.কম*।

<https://bangla.bdnews24.com/sport/article1852527.bdnews>

যুবককে গলা কেটে হত্যা (১৫ অক্টোবর ২০২০)। *বাংলাদেশ প্রতিদিন*।

যশোরে গৃহবধূকে চাকু ঠেকিয়ে জোরপূর্বক ধর্ষণের অভিযোগে মামলা (৪ ফেব্রুয়ারি ২০২১)।

দৈনিক প্রবাহ।

শাহরুখ খান এর বাড়ি আর অক্ষয় এর টাকা চান কারিনা (২০ অক্টোবর ২০২০)। *প্রথম আলো*।

শ্যামনগরে ধর্ষিতার ভাইকে নির্যাতন (১৯ নভেম্বর ২০২০)। *দৈনিক প্রবাহ*।

সাভারে রাতে দরজা ভেঙে তরুণীকে ধর্ষণের অভিযোগ (২৭ অক্টোবর ২০২০)। *দৈনিক পূর্বদ্বীপ*।

স্কুলছাত্রীর নগ্ন ছবি ফেইসবুকে ছড়িয়ে দেওয়ায় যুবক আটক (২০ ডিসেম্বর ২০২০)। দৈনিক প্রবাহ।

সাহসী সাবিলার প্রেমে বখাটে অপূর্ব (১৪ জানুয়ারি, ২০২১)। জাগোনিউজ২৪.কম।
<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/636131>

সাকিব-মাহির রোমান্স অবশেষে পাঁচতারা হোটেল (১০ ডিসেম্বর ২০২০)।
জাগোনিউজ২৪.কম।

<https://www.jagonews24.com/entertainment/news/628743>

স্বামী দেশে ফেরার পর স্ত্রীর আত্মহত্যা (৩১ ডিসেম্বর ২০২০)। জাগোনিউজ২৪.কম।
<https://www.jagonews24.com/country/news/633040>

স্বামী পরিত্যক্তা নারীকে ধর্ষণের দায়ে যাবজ্জীবন কারাদণ্ড (২৯ অক্টোবর ২০২০)।
জাগোনিউজ২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/country/news/620297>

২০ বছরের ছেলে আছে ইমরান হাশমি ও সানি লিওনের (১০ ডিসেম্বর ২০২০)।
জাগোনিউজ২৪.কম। <https://www.jagonews24.com/entertainment/bollywood/628725>

Journal of Journalism and Media

Volume 4 • 2022 • ISSN 2409-479X
