

Cell-shocked city suffers silently

For a city preparing to cross the 10 million mark for mobile phone users, Delhi is woefully wanting in mobile manners. Even the simple courtesy of putting the phone on vibrator alert in a cinema hall or meeting, or switching it off while filling petrol is missing.

Abantika Ghosh | TNN

New Delhi: So, you think the title track from the latest Salman Khan blockbuster is really cool, and it adds to your personality quotient that whoever dials your mobile number gets to hear it. After all, one can never have enough of good music! Or, so you think.

Feasting your personal preferences on cell-

ration a ringing mobile phone in a packed hall causes. Despite that, even the simple courtesy of keeping the phone on silent is missing. The only thing that works for these people is the adverse response of people around them."

Tales of mobile harassment, even if you leave out the biggest irritant of all



Driving



October 28, 2009
Hindustan Times

Consumer
Heritage body not
WD's tunnel road
near Humayun's T

You

Prerna K. Mishra
Delhi, October

The
MPL 1003
Anand Parthasarathy

BANGALORE: Smaller, is not al-
ways more beautiful. In the
consumer electronics busi-
ness, buyers are willing to pay
for a slightly bigger device -- if
they get more functionalities.
The year-end holiday season
seeing the

'must-have' gadget of 2007
has an FM Radio receiver, functions as a voice recorder-player to

MP3 player has morphed into
the MP4 player -- which
stores and plays music, as
well as video clips defined by
the MP4 format.

The Mumbai-based Mi-
tashi Edutainment

per cent
they open unknown
and attachments.
Lack of antivirus operation

সাম্প্ৰতিক কালত যোগাযোগ ব্যৱস্থাত এক গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা গ্ৰহণ কৰি থকা মাধ্যম হ'ল গণ মাধ্যম (mass media)। এই গণ মাধ্যমে বিভিন্ন মাধ্যমক সাঙুৰি লৈছে যেনে দূৰদৰ্শন, বাতৰি কাকত, বোলছবি, আলোচনী, ৰেডিঅ', বিজ্ঞাপন, ভিডিঅ' গেমচ (video games), CD ইত্যাদি। এই মাধ্যমবোৰক 'গণ মাধ্যম' বুলি কোৱাৰ কাৰণ হৈছে এই মাধ্যমবোৰে হেজাৰ হেজাৰ মানুহৰ লগত সংযোগ স্থাপন কৰে। সেইদৰে আমি ক'ব পাৰো যে হেজাৰ হেজাৰ লোকে এই



মাধ্যমবোৰৰ সুবিধা বা উপযোগিতা গ্ৰহণ কৰে। এই মাধ্যমবোৰক 'জনসংযোগ' (Mass Communications) বুলিও জনা যায়। এই গণ

ক্ৰিয়াকলাপ ৭.১

- তোমালোকে এনে এখন পৃথিৱীৰ কথা কল্পনা কৰা য'ত টেলিভিচন, বোলছবি, বাতৰি কাকত, আলোচনী, ইণ্টাৰনেট ব্যৱস্থা, টেলিফোন, ম'বাইল ফোন ইত্যাদি নাই। প্ৰকৃতাৰ্থত তোমালোকে তেনে এখন পৃথিৱীৰ কথা চিন্তা কৰিব পাৰিবানে?
- তোমালোকে দৈনন্দিন কৰা কামবোৰৰ বিষয়ে লিখি ৰাখা আৰু সেই কামবোৰৰ ভিতৰত কোনবোৰ কামত এই মাধ্যমবোৰৰ প্ৰয়োজনৰোধ কৰিছা সেইটো ঠাৱৰ কৰা।
- বৰ্তমান যুগৰ যোগাযোগৰ যিবোৰ মাধ্যম, সেইবোৰৰ অবিহনে পুৰণি যুগৰ এজন লোকে কেনেদৰে জীৱন অতিবাহিত কৰিছিল, সেয়া তোমালোকৰ জীৱনৰ লগত তুলনা কৰি চোৱা।
- যোগাযোগ ব্যৱস্থাত প্ৰযুক্তিগত উন্নতিৰ লগে লগে কেনেকৈ মানুহৰ কৰ্ম (work) আৰু অৱসৰ বিনোদনত (leisure) পৰিবৰ্তন আহি পৰিছে আলোচনা কৰা।

মাধ্যমবোৰৰ অবিহনে তোমালোকৰ বহুতৰ জীৱনত হয়তো সাম্প্ৰতিক পৃথিৱীখনৰ বিভিন্ন ঘটনাৱলী বা বিভিন্ন কথা বা দিশৰ বিষয়ে জনাটো এক প্ৰকাৰ অসম্ভৱ বা কঠিন হৈয়ে পৰিব।

গণ মাধ্যম আমাৰ দৈনন্দিন জীৱনৰ এৰাব নোৱাৰা অংশ স্বৰূপ। আমাৰ দেশৰ বহু মধ্যবিত্ত শ্ৰেণীৰ পৰিয়ালত এইটো দেখা যায় যে তেওঁলোকে দূৰদৰ্শন বা ৰেডিঅ' যোগে প্ৰচাৰ হোৱা পুৰাণ কাৰ্যসূচী উপভোগ কৰিবলৈ শুৱাৰ পৰা সোনকালে উঠে। সেই একেবোৰ পৰিয়ালৰে বহু যুৱক-যুৱতী বা কিশোৰ-কিশোৰীয়ে পুৰা শুই উঠিয়েই তেওঁলোকৰ ম'বাইলত আৱদ্ধ হৈ থকা সংকেতবোৰ (missed call) চায়। আজি কালি আমি দেখা পাওঁ যে নগৰ-চহৰত থকা সোণাৰি, কাঠমিস্ত্ৰী, বিদ্যুতকৰ্মী বা তেনে বৃত্তিৰ লোকসকলৰ হাতত একোটা ম'বাইল ফোন থাকে যাতে তেওঁলোকক সহজেই যোগাযোগ কৰিব পৰা যায়। আনহাতে নগৰ-চহৰৰ বহু দোকানতো একোটা টেলিভিচন চেট ৰখাতো সদায় চকুত পৰে। দোকানৰ কৰ্মচাৰী সকলৰ উপৰিও দোকানলৈ অহা বহুত গ্ৰাহকে সম্প্ৰচাৰিত হৈ থকা ক্ৰিকেট বা বোলছবিৰ খন্তেকৰ বাবে উপভোগ কৰাৰ উপৰিও সেই বিষয়ে আমোদ-প্ৰমোদৰ মত বিনিময় কৰিব পাৰে। দেশৰ বাহিৰত থকা বা স্বদেশৰ বিভিন্ন প্ৰান্তত থকা পৰিয়াল আৰু আত্মীয় বা বন্ধু-বান্ধৱৰ লগত টেলিফোন বা ইণ্টাৰনেটৰ যোগে যোগাযোগ কৰি খবৰ বাতৰি লৈ থাকিব পাৰে। যিসকলে গাঁও অঞ্চলৰ পৰা আহি নগৰত কাম-চাকৰিত নিয়োজিত হৈ থাকেহি, তেওঁলোকেও গাঁৱৰ পৰিয়াল বা সম্পৰ্কীয় সকলৰ লগত টেলিফোনৰ যোগেদিয়েই যোগাযোগ কৰি থাকিব পাৰে। ম'বাইল ফোনৰ বিভিন্ন ধৰণৰ বিজ্ঞাপনবোৰ তোমালোকে দেখিছানে? ম'বাইল ফোনক কেন্দ্ৰ কৰি আনন্দতে উদ্বাউল হৈ থকা ভিন ভিন সামাজিক গোটবোৰলৈ মন কৰিছানে? (CBSE) পৰীক্ষাৰ ফলাফলবোৰ ইণ্টাৰনেট তথা ম'বাইল ফোনৰ যোগেদিয়েও পাব যে পাৰি শুনি তোমালোকে আচৰিত হ'ব নেকি? আনকি এই কিতাপখনো ইণ্টাৰনেটত পাব পাৰি। এইটো ঠিক যে শেহতীয়াকৈ সকলো গণ মাধ্যম ব্যৱস্থাত দ্ৰুত পৰিবৰ্তন আহিছে। আৰু সমাজত্বৰ ছাত্ৰ-ছাত্ৰী হিচাপে এই পৰিবৰ্তন কিয় আৰু কেনেকৈ আহিছে এইটো জনাটো আমাৰ বাবে নিশ্চয় প্ৰয়োজনীয় কথা হ'ব। প্ৰথমতে, আমি যদি এই পৰিবৰ্তনবোৰ স্বীকাৰ কৰো তেন্তে ইতিহাসৰ পাত লুটিয়াই আমি জানিব লাগিব যে কেনেকৈ বিশ্বৰ বিভিন্ন দেশ তথা ভাৰতবৰ্ষত এই মাধ্যম সমূহৰ বিকাশ ঘটিছিল আৰু সময় আগবঢ়াৰ লগে লগে কেনেকৈ এইবোৰলৈ ক্ৰমশঃ পৰিবৰ্তন আহি পৰিছিল।

এই বিষয়ে জনাৰ লগে লগে আমি বুজিব পাৰিম যে সমাজৰ অৰ্থনৈতিক, ৰাজনৈতিক তথা সাংস্কৃতিক দিশবোৰৰ পৰিবৰ্তনৰ লগে লগে গণ মাধ্যম সমূহতো পৰিবৰ্তনৰ ভিন্ন ৰূপ আহি পৰিছে। উদাহৰণ স্বৰূপে, স্বাধীনতাৰ পিচত প্ৰথম দশকত

INFORMATION TECHNOLOGY 11

The fastest-growing cell phone market

Anand Parthasarathy

BANGALORE: Two global surveys reveal lifestyle of world's most 'mobile' population. Indians love SMS, but ignore pricey services like phone Internet. They spend an average of Rs 5000 on a mobile phone handset -- but forgot over 30,000 phones in the last six months, in Mumbai taxis alone. We buy six million mobile phones every month -- making us one of the world's fastest-growing cell phone markets -- 176 million-strong as of last month.

The average amount spent on a handset, which is around Rs. 5,000, represents nearly half a month's salary for most of us in India, while for Brits, it amounts to just 5%.

Our favourite brands are Nokia and Samsung in that order and this is same as the global preference. But Panasonic is number three here, with Sony Ericsson and Motorola, the next two in the desi popularity stakes, while internationally Motorola is number three followed by Sony Ericsson and LG.

We love short messaging services. Indeed 100 per cent of phone users do SMS-ing, with women (83 %) sending more daily text messages than men (65 %). But when it comes to extra-charge services like Internet, half of us,



INDIANS LOVE IT: Mobile phones are popular but costlier services like Net phone are shunned. Women are champion text messagers.

— PHOTO: HANDOUT

with these feature on our phones, say: 'No thank you -- too costly or too slow.' In this, we are no different from the rest of the world. But unlike most users abroad, we like to live dangerously: Indians are

among the least concerned (59 %) about the possible health hazards of mobile phone usage... a nonchalance that is exceeded only in China.

These are some of the in-

teresting findings in the India section of a recent global survey of mobile phone trends, commissioned by Stockholm, Sweden-based SmartTrust, a leading provider of mobile device management solutions. The survey conducted by Taylor Nelson Sofres, covered 6,700 mobile consumers in 15 countries. 404 of them in India.

The full report is available for corporate users who register at the www.smarttrust.com for a free download.

In another survey, mobile security player Pointsec found that Mumbaiites are second only to Londoners in forgetfulness -- when it comes to their mobile phones. In the last six months they forgot 32,970 phones in Mumbai taxis -- this is just the numbers reported as lost. Amnesiac London-based phone owners topped this number -- with 54,872 phones lost. Sydney, Stockholm, San Francisco, Washington, Munich, Helsinki, Berlin and Oslo all fared better.

But when it came to lost pocket PCs and laptops, India is nowhere in the Top Ten.

London is the mother city for the memory-challenged. It leads the world in lost pocket PCs (4,718) and laptops (3,179). (Only 349 laptops were left behind in Mumbai taxis)

দেশৰ প্ৰগতিৰ লগে লগে গণ মাধ্যম ব্যৱস্থাবোৰো সঘনে পৰিবৰ্তন হৈ আহিছে। কেৱল সেয়ে নহয়, ১৯৯০ চনৰ পিচৰ কালছোৱাত গোলকীকৰণৰ প্ৰভাৱে বজাৰ ব্যৱস্থাৰ ভূমিকাও সলনি কৰি দিছে।

দ্বিতীয়তে, গণ মাধ্যমৰ এই পৰিবৰ্তনবোৰ অধ্যয়ন কৰিলে আমি গণ মাধ্যম আৰু সমাজৰ সৈতে এইবোৰৰ যোগাযোগৰ মাজত যে এক দ্বন্দ্বাত্মক (dialectical) সম্পৰ্ক থাকে, সেই বিষয়েও অনুধাৱন কৰিব পাৰিম। আচলতে দুয়োটাই পৰস্পৰ

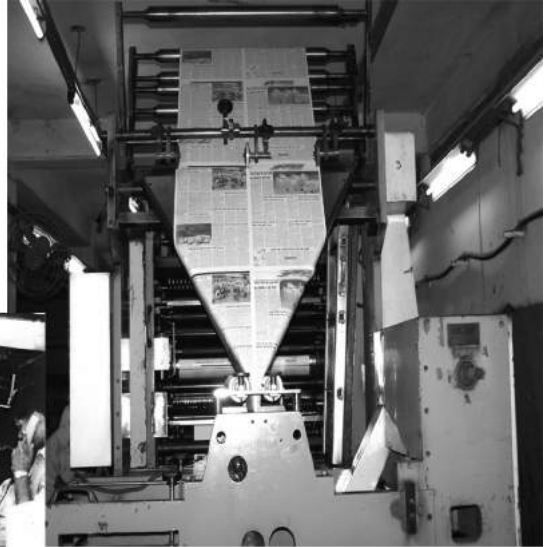
সম্পৰ্কযুক্ত। সমাজভেদে গণ মাধ্যমৰ প্ৰকৃতি আৰু ভূমিকা ভিন্ন হ'ব পাৰে। একে সময়তে আমি এই কথাও স্বীকাৰ কৰিব লাগিব যে সমাজত গণ মাধ্যমৰ সুদূৰ প্ৰসাৰী প্ৰভাৱ থাকে। দ্বন্দ্বাত্মক সম্পৰ্কৰ বিষয়ে আমি এই অধ্যায়ত তিনিটা খণ্ডত আলোচনা কৰিম 'ক' খণ্ডত ঔপনিৱেশিক শাসনৰ সময়ত ভাৰতত গণ মাধ্যমৰ ভূমিকা, 'খ' খণ্ডত স্বাধীনতাৰ পিচত প্ৰথম দশকত গণ মাধ্যম আৰু অৱশেষত 'গ' খণ্ডত গোলকীকৰণ প্ৰসঙ্গত গণ মাধ্যম।

তৃতীয়তে, জনসংযোগ ব্যৱস্থাবোৰ হৈছে আন আন যোগাযোগ ব্যৱস্থাৰ পৰা পৃথক। কাৰণ ইয়াৰ বাবে প্ৰয়োজন হয় আনুষ্ঠানিক সংৰচনাত্মক সংগঠনৰ (formal structural organisation)। সেই ব্যৱস্থাত বৃহৎ পৰিমাণৰ মূলধন, উৎপাদন তথা পৰিচালন প্ৰক্ৰিয়াৰ চাহিদাবোৰ পূৰণ কৰিব পৰা হ'ব লাগিব। সেইবাবে গণ মাধ্যম ব্যৱস্থাৰ বাবে সাংগঠনিক আৰু ইয়াৰ কাৰ্যপ্ৰণালীৰ বাবে চৰকাৰ বা বজাৰ ব্যৱস্থাৰ গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা থাকে, য'ত বৃহৎ সংখ্যক কৰ্মচাৰী জড়িত হৈ থাকে। চতুৰ্থতে, সমাজৰ বিভিন্ন শ্ৰেণীৰ মাজত গণ মাধ্যমৰ ব্যৱহাৰ কেনেদৰে হয় তাৰ মাজতো প্ৰভেদ থাকে। আগৰ অধ্যায়ত আলোচনা কৰা সাংখ্যিক বিভাজন (digital divide) অৱধাৰণাটো পুনৰ চোৱা।

৭.১ আধুনিক গণ মাধ্যমৰ আৰম্ভণি (The Beginnings of Modern Mass Media)

আধুনিক গণ মাধ্যম ব্যৱস্থাৰ আৰম্ভণি হৈছিল ছপাশাল যন্ত্ৰৰ (printing press) আৱিষ্কাৰৰ লগে লগে। অৱশ্যে কেইবা শ বছৰৰ পূৰ্বেই বিশ্বৰ কোনো ঠাইত ছপা কৰা কাম হৈছিল যদিও আধুনিক প্ৰযুক্তিবিদ্যাৰে ছপা কৰাটো প্ৰথম আৰম্ভ হৈছিল ইউৰোপত। এই কৌশলটো ১৪৪০ চনত জোহান গুটেনবাৰ্গে (Jahann Gutenberg) উদ্ভাৱন কৰিছিল। অৱশ্যে প্ৰথম অৱস্থাত ছপাযন্ত্ৰৰ সহায়ত কেৱল ধৰ্মীয় গ্ৰন্থসমূহ ছপা কৰাতহে সীমাবদ্ধ ৰখা হৈছিল।

শিল্প বিপ্লৱৰ আৰম্ভণিৰ লগে লগেই ছপা যন্ত্ৰইও প্ৰসাৰতা লাভ কৰিছে। প্ৰথম অৱস্থাত এই ছপাশালৰ পৰা ছপা কৰা কিতাপ-পত্ৰ কেৱল সমাজৰ শিক্ষিত সম্ভ্ৰান্ত লোকসকলেহে (elites) পঢ়িবলৈ সুবিধা পাইছিল। কিন্তু ১৯ শতিকাৰ মাজভাগৰ পৰা যোগাযোগ, যাতায়াত, শিক্ষা তথা



একবিংশ শতিকাৰ এক ছপাশাল



একবিংশ শতিকাত দূৰদৰ্শন বাতৰিকক্ষৰ এক দৃশ্য

প্ৰযুক্তিবিদ্যাৰ উন্নতিৰ লগে লগে ছপাশালৰ পৰা ওলোৱা বাতৰি কাকত আৰু কিতাপ-পত্ৰ পঢ়িবলৈ আন বহু লোকেও সুবিধা পালে। কোনো নিৰ্দিষ্ট

ঠাইতে সীমাবদ্ধ নাথাকি এই কিতাপ বা বাতৰি কাকতবোৰ দেশৰ বিভিন্ন প্ৰান্তলৈ পঠিয়াবলৈ সুবিধা হ'ল। বাতৰি কাকতত প্ৰকাশিত বাতৰিসমূহ দেশৰ বিভিন্ন ঠাইৰ নাগৰিকে একে সময়তে পঢ়ি আৰু জানি তেওঁলোকে যোগসূত্ৰ স্থাপন কৰা যেন অনুভৱ

কৰাৰ উপৰিও মনত ‘আমি ভাৱ’ (We feeling) ৰ সৃষ্টিত বাৰুকৈয়ে অবিহণা যোগোৱাত সহায়ক হয়। বিখ্যাত পণ্ডিত বেনিডিক্ট এণ্ডাৰচন (Benedict Anderson) এ যুক্তি দৰ্শাই কৈছে যে এনেধৰণৰ অনুভৱে দেশত জাতীয়তাবোধৰ চিন্তা-চেতনা গঢ় লৈ উঠাত সহায় কৰিলে। কেৱল সেয়ে নহয় দেশৰ মানুহবোৰে এজনৰ সিজনৰ লগত ব্যক্তিগত পৰিচয় নাথাকিলেও, একেটা পৰিয়ালৰে আমি সকলো সদস্য ৰূপে গণ্য কৰা হ’ল। এণ্ডাৰচনৰ মতে আমি এইদৰেই নিজৰ দেশখনক এক ‘কল্পনাপ্ৰসূত সম্প্ৰদায়’ (imagined community) বুলি ভাৱো।

তোমালোকে নিশ্চয় মনত পেলাবা যে ১৯ শতিকাত সামাজিক সংস্কাৰক সকলে বাতৰি কাকত আৰু আলোচনীবোৰৰ যোগেদি কেনেধৰণৰ যুক্তিতৰ্ক আগবঢ়াইছিল। ভ্ৰমভ্ৰমত জাতীয়তাবাদৰ উত্থান আৰম্ভ হয় তেতিয়াই, যেতিয়া দেশে ঔপনিৱেশিক শাসনৰ বিৰুদ্ধে আন্দোলন আৰম্ভ কৰে। বৃটিছ শাসনে আমাৰ দেশত আনুষ্ঠানিক দিশত বহুত পৰিবৰ্তন সাধন কৰিছিল যিয়ে আওপকীয়াকৈ জাতীয়তাবাদী চিন্তা আগবঢ়াই নিয়াত উদগনি যোগাইছিল। জাতীয়তাবাদৰ আদৰ্শত উদ্বুদ্ধ হোৱা ভাৰতীয় বাতৰি কাকত আৰু আলোচনীবোৰে বৃটিছৰ নীতিৰ বিৰুদ্ধে প্ৰতিবাদী মনোভাৱ গঢ়ি তুলিছিল। ফলস্বৰূপে ঔপনিৱেশিক শাসন যন্ত্ৰই দেশৰ জাতীয়তাবাদী কাকত সমূহক দমন কৰি ৰাখিবলৈ চেষ্টা কৰিছিল আৰু চেষ্টাৰ আৰোপ কৰিছিল। উদাহৰণ স্বৰূপে ১৮৮৩ চনত Ilbert Bill ৰ বিৰুদ্ধে গা-কৰি উঠা আন্দোলনৰ কথা ক’ব পাৰি। জাতীয় আন্দোলনৰ

- ৰাজা ৰামমোহন ৰায়ৰ সময়ৰ আগছোৱাত কেইখনমান বাতৰি কাকতহে **বন্ধনী ৭.১** ভাৰতত প্ৰকাশ হৈছিল। তথাপিও ৰামমোহন ৰায়ৰ দ্বাৰা প্ৰকাশিত ১৮২১ চনত বঙালী ভাষাৰ ‘সম্বাদ কৌমুদী’ (Sambad Kaumudi) আৰু ১৮২২ চনত পাৰ্চী ভাষাত প্ৰকাশিত ‘মিৰাট-উল-আকবৰ’ (Mirat-ul-Akbar) কাকত দুখনেই আছিল এক সুনিৰ্দিষ্ট জাতীয় ভাৱধাৰা আৰু গণতান্ত্ৰিক পথেৰে প্ৰকাশিত ভাৰতৰ প্ৰথম বাতৰি কাকত।
- ফাৰদোন্‌জী মোৰ্জবান (Fardoonji Murzban) আছিল বম্বেত ছপাশাল প্ৰতিষ্ঠা কৰা প্ৰথমজন ব্যক্তি। ১৮২২ চনৰ আৰম্ভণিত তেওঁ ‘বম্বে সমাচাৰ’ (Bombay Samachar) নামে এখন দৈনিক বাতৰি কাকত প্ৰকাশ কৰিছিল।
- ১৮৫৮ চনত ঈশ্বৰ চন্দ্ৰ বিদ্যাসাগৰৰ দ্বাৰা বঙালী ভাষাৰ কাকত ‘সোম-প্ৰকাশ’ (Shome Prakash) প্ৰকাশ হৈছিল।
- ১৮৬১ চনত বম্বেৰ পৰা প্ৰকাশ হৈছিল The Times of India।

- The Pioneer নামৰ এখন কাকত এলাহাবাদৰ পৰা প্ৰকাশিত হৈছিল ১৮৬৫ চনত।
- মাদ্ৰাজ মেইল নামৰ কাকতখন প্ৰকাশ হৈছিল ১৮৬৮ চনত।
- ১৮৭৫ চনত (The Statesman) নামৰ কাকতখন প্ৰকাশ হৈছিল কলিকতাৰ পৰা।
- (The Civil and Military Gazette) নামৰ এখন কাকত লাহোৰৰ পৰা প্ৰকাশ হৈছিল। ইয়াৰ প্ৰকাশন আৰম্ভ হৈছিল ১৮৭৬ চনৰ পৰা।

(Desai 1948)

লগত জড়িত হৈ পৰা কেইখনমান ভাৰতীয় ভাষাৰ কাকত যেনে মাৰাঠী ভাষাৰ ‘কেশৰী’ (Kesari) মালায়ালাম ভাষাৰ ‘মাথৰুভূমি’ (Mathrubhumi), ইংৰাজী ভাষাৰ ‘অমৃত বাজাৰ পত্ৰিকা’ (Amrita Bazar Patrika) আদিৰ ওপৰত বৃটিছ প্ৰশাসন সম্পূৰ্ণ অসন্তুষ্ট হৈছিল। কিন্তু সেই অসন্তুষ্টিয়ে জাতীয়তাবাদৰ উদ্দেশ্য আৰু আদৰ্শক বাধা দি ৰাখিব পৰা নাছিল, বৰং বৃটিছ শাসনৰ অন্ত পেলোৱা উদ্দেশ্যৰে কাকত সমূহ আগবাঢ়ি গৈছিল।

বৃটিছৰ শাসনকালত ভাৰতত বাতৰি কাকত, ৰেডিঅ’, বোলছবি, আলোচনী আদিয়েই গণ মাধ্যমৰ বহুল ভূমিকা পালন কৰিছিল। ৰেডিঅ’ আছিল প্ৰধানকৈ চৰকাৰী প্ৰচাৰ যন্ত্ৰ। সেয়েহে জাতীয়তাবাদী ভাৱৰ প্ৰকাশভঙ্গীবোৰ বহু পৰিমাণে সম্ভৱ হৈ উঠা নাছিল। বাতৰি কাকত আৰু বোলছবিবোৰে যদিও এক প্ৰকাৰ স্বতন্ত্ৰ ৰূপত কাম কৰিছিল তথাপি বৃটিছ ৰাজ শাসনে এইবোৰৰ ওপৰতো দৃষ্টি ৰাখিছিল। আনহাতে যদিও ভাৰতত সেই



সময়ত দুই চাৰিখন ইংৰাজী আৰু ভাৰতীয় ভাষাৰ বাতৰি কাকত প্ৰকাশ হৈছিল, তথাপিও

এইবোৰে দেশত বহুল ভাৱে প্ৰচাৰিত আৰু বিতৰণ কৰিব পৰা নগৈছিল, কাৰণ সেই সময়ত ভাৰতীয় মানুহৰ মাজত পঢ়ুৱৈ তথা শিক্ষিত লোকৰ সংখ্যা বহুত কম আছিল। তথাপিও এইবোৰৰ প্ৰচাৰ মানুহৰ মুখে মুখে আৰু ব্যৱসায় প্ৰতিষ্ঠান বা চহৰৰ বজাৰ তথা কৰ্ট কাছাৰীবোৰৰ যোগেদি প্ৰচাৰিত হৈছিল। প্ৰচাৰ মাধ্যমবোৰে বিভিন্ন ধৰণৰ মনোভাৱ বিয়পাই দিছিল যিবোৰৰ প্ৰধান ভাৱাদৰ্শ আছিল ‘মুক্তভাৰত’ৰ চিন্তা। একেই ভাৱাদৰ্শই স্বাধীন ভাৰতৰ আদৰ্শৰূপে পিচৰ যুগত ফুটি উঠিছিল।

৭.২ স্বাধীন ভাৰতত গণ মাধ্যম (Mass Media in Independent India)

ভাৰতবৰ্ষই স্বাধীনতা লাভ কৰাৰ পাছত দেশৰ প্ৰথমজন প্ৰধান মন্ত্ৰী জৱাহৰলাল নেহেৰুৱে গণ মাধ্যমসমূহক গণতন্ত্ৰৰ এক সদা জাগ্ৰত প্ৰহৰী ৰূপে কাম কৰি যাবলৈ আহ্বান জনাইছিল। এই মাধ্যম সমূহে মানুহৰ আত্ম-বিশ্বাস বঢ়াই তোলাৰ লগতে দেশৰ উন্নয়নকল্পে কাম কৰা এক শক্তিকৰূপে থিয় দিবলৈও আহ্বান জনাইছিল। স্বাধীনতাৰ প্ৰাক্কালত দেশৰ উন্নয়নৰ কৰ্ম পন্থাৰ (thrust of development)

ক্ৰিয়াকলাপ ৭.২

স্বাধীনতাৰ পিছৰ দুই-তিনিটা দশকৰ সময়ছোৱাৰ তোমালোকে চিনি পোৱা কোনো লোকক সোধাচোন যে চিনেমা গৃহত ছবিখন আৰম্ভণিৰ আগতে কোনোধৰণৰ ডকুমেণ্টৰীবোৰ নিয়মীয়াকৈ প্ৰদৰ্শন কৰা হৈছিল নেকি? তেওঁলোকৰ অভিজ্ঞতাখিনি লিখি ৰাখা।

সম্পৰ্কে আগৰ অধ্যায়বোৰত আলোচিত কথাখিনি তোমালোকে মনত পেলাবা। দেশে উন্নয়নৰ বাবে হাতত লোৱা বিভিন্ন প্ৰচেষ্টাবোৰৰ বিষয়ে জনসাধাৰণক অৱগত কৰিবলৈ গণ মাধ্যমবোৰকে প্ৰধান উপায়ৰূপে গণ্য কৰা হৈছিল। সমাজত চলি থকা কিছুমান দমনমূলক আৰু অপ্ৰীতিকৰ কাৰ্য কলাপ যেনে অস্পৃশ্যতা, বাল্য বিবাহ, বিধবা সকলৰ প্ৰতি থকা তুচ্ছ জ্ঞান, যাদু বিদ্যাৰ প্ৰতি থকা অন্ধবিশ্বাস ইত্যাদি সামাজিক পৰিপন্থী কাৰ্য কলাপৰ বিষয়ে সবল ভূমিকা ল'বলৈও গণ মাধ্যমসমূহক সততে উদগনি দি থকা

হৈছিল। লগতে আশা কৰা হৈছিল যে গণ মাধ্যমৰ সবল ভূমিকাৰ দ্বাৰা যুক্তিপূৰ্ণ আৰু বিজ্ঞানসন্মত মনোভাৱেৰে এখন আধুনিক সমাজ গঢ়ি উঠিব। চৰকাৰৰ ফিল্ম ডিভিজন বিভাগে নিউজৰীল আৰু ডকুমেণ্টৰী প্ৰস্তুত কৰি চিনেমা ঘৰত চিনেমা আৰম্ভ হোৱাৰ আগে আগে সেইবোৰ দৰ্শকক দেখুৱাইছিল।

ৰেডিঅ' (Radio)

ভাৰতবৰ্ষত ৰেডিঅ' যোগে প্ৰচাৰ কাৰ্যসূচী ১৯২০ চনত প্ৰথমে কলকাতা আৰু চেন্নাইৰ কিছুমান অপেছাদাৰী ক্লাবৰ দ্বাৰা আৰম্ভ হৈছিল। ১৯৪০ চনত দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধৰ সময়ছোৱাত ৰাজত্বা প্ৰচাৰ মাধ্যমৰূপে স্বীকৃতি লাভ কৰি সমগ্ৰ দক্ষিণ-পূব এচিয়াত এটা গুৰুত্বপূৰ্ণ প্ৰচাৰ মাধ্যমত পৰিণত হৈছিল। ভাৰতে স্বাধীনতা লাভ কৰা সময়ছোৱাত দেশৰ কেইখনমান চহৰত মাত্ৰ ৬ টাহে আকাশবাণী কেন্দ্ৰ আছিল আৰু এইবোৰে প্ৰধানকৈ চহৰবাসীকহে উপভোগৰ সুবিধা দিছিল। ১৯৫০ চনত সমগ্ৰ দেশতে আকাশবাণীৰ অনুজ্ঞাপত্ৰ লাভ কৰা কেন্দ্ৰৰ সংখ্যা হয়গৈ ৫,৪৬,২০০।

স্বাধীনতাৰ পিছত ৰেডিঅ' হৈ পৰিল দেশৰ উন্নয়ন প্ৰক্ৰিয়াৰ লগত অংশীদাৰ হৈ কাম কৰাৰ এক বলিষ্ঠ মাধ্যম। আকাশবাণীৰ যোগে দেশৰ বা-বাতৰি, সমকালীন ঘটনা, দেশৰ উন্নয়ন সম্পৰ্কে আলোচনা পৰ্যালোচনা, সাক্ষাৎকাৰ আদি প্ৰচাৰ হৈছিল। তলত বন্ধনীৰ ভিতৰত এই সন্দৰ্ভত কিছু বৰ্ণনা কৰা হৈছে।

প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ প্ৰসিদ্ধ ব্যক্তি আৰু সমালোচক অমিতা মালিকে ১৯৪৪ চনৰ পৰা কিছুবছৰৰ বাবে আকাশবাণীত চাকৰি কৰে আৰু পিছত BBC, CBC তথা তেনেধৰণৰ আন্তঃৰাষ্ট্ৰীয় অনুষ্ঠান সম্প্ৰচাৰিক সংগঠন-ৰোৱতো যোগদান কৰে। মহিলা সাংবাদিক সকলৰ ভিতৰত মালিক আছিল বোলছবি, ৰেডিঅ' তথা টেলিভিচন জগতৰ পৰ্যালোচক হিচাপে পুৰোধা ব্যক্তি আৰু আগশাৰীৰ বাতৰি কাকতৰ খ্যাতনামা লেখিকা।

(Courtesy: Amita malik, New Delhi)



১৯৪৪ চনত আকাশবাণী, লক্ষ্ণৌ কেন্দ্ৰত গ্ৰাম'ফ'ন ৰেকৰ্ডৰ অনুষ্ঠান পৰিৱেশনত অমিতা ৰয় (পিছলৈ মালিক)

আকাশবাণীয়ে বাতৰি সম্প্ৰচাৰ কৰাৰ উপৰিও বিবিধ ভাৰতী (Vividh Bharati) নামে মনোৰঞ্জনৰ চেনেলৰ যোগেদি বিশেষকৈ শ্ৰোতাৰ অনুৰোধৰ বোলছবি গীতৰ অনুষ্ঠান সম্প্ৰচাৰ কৰে। ১৯৫৭ চনত আকাশবাণীয়ে অতি কম সময়তেই জনপ্ৰিয় অনুষ্ঠানত

১৯৬০ চনত দেশত সেউজ বিপ্লৱৰ অংশ হিচাপে প্ৰথমবাৰৰ বাবে উন্নতজাতৰ বিভিন্ন খাদ্য শস্যৰ কৃষি আৰম্ভ কৰা হৈছিল। আকাশবাণীয়ে এই বিষয়ে ১৯৬৭ চনৰ পৰা প্ৰায় দহ বছৰৰো অধিক কাল প্ৰচাৰ অভিযান চলাই দেশৰ চুকে কোণে গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা গ্ৰহণ কৰিছিল। আকাশবাণীয়ে দেশৰ বিভিন্ন ঠাইত থকা ইয়াৰ কেন্দ্ৰবোৰৰ যোগেদি বিভিন্ন খাদ্য শস্যবোৰৰ বিষয়ে কথিকা, বা-বাতৰি আদি প্ৰচাৰ কৰিছিল। কেন্দ্ৰবোৰত থকা কৃষি সম্পৰ্কীয় কাৰ্যসূচী প্ৰচাৰ কৰা গোট বা বিভাগৰ লোকসকলে কৃষি বিশেষজ্ঞ সহ উৎপাদন খলীলৈ গৈ কৃষকৰ অভিজ্ঞতা আদি বাণীবদ্ধ কৰিছিল আৰু সেইবোৰ সম্প্ৰচাৰ কৰিছিল। খেতিয়কসকলে সেই সময়ত বিশেষকৈ নতুন ভিন্ন জাতৰ ধান আৰু ঘেঁহুৰ খেতিয়েই কৰিছিল।

উৎসঃ (B.R. Kumar “ AIR broadcasts did make a difference” The Hindu December 31, 2006)

বন্ধনী ৭.২

পৰিণত হোৱা বিবিধ ভাৰতী যোগে বিভিন্ন অনুষ্ঠান-প্ৰতিষ্ঠানে ব্যয় বহন কৰা কাৰ্যসূচী আৰু বিভিন্ন বিজ্ঞাপন সম্প্ৰচাৰ আৰম্ভ কৰে। লগে লগে বিবিধ ভাৰতী আকাশবাণীৰ বাবে প্ৰচুৰ উপাৰ্জনকাৰী চেনেল ৰূপে গঢ় লৈ উঠে।

এসময়ত ভাৰতৰ বোলছবি জগতৰ গীতবোৰ তথা বাণিজ্যিক অনুষ্ঠানসমূহ নিম্ন সংস্কৃতিসম্পন্ন বুলি বিবেচিত হৈছিল। সেয়েহে বহুতো ভাৰতীয় শ্ৰোতাই তেওঁলোকৰ ৰেডিঅ’ৰ ফ্ৰিকুৱেন্সি বা এণ্টেনা চুবুৰীয়া ৰাষ্ট্ৰ শ্ৰীলংকাৰ ‘Radio Ceylon’ আৰু গোৱাৰ কেন্দ্ৰ ‘Radio Goa’ (গোৱা সেই সময়ৰ পৰ্তুগীজ শাসিত) লৈ সলনা-সলনিকৈ ঘূৰাই লৈছিল। কাৰণ এই কেন্দ্ৰ দুটাৰ যোগে প্ৰচাৰিত ভাৰতীয় বোলছবিৰ গীত, ব্যৱসায়িক বা-বাতৰি আৰু অন্যান্য বিনোদনমূলক কাৰ্যসূচীবোৰ অধিক উপভোগ্য হৈ উঠিছিল। লগে লগে শ্ৰোতা ৰাইজৰ মাজত এই অনুষ্ঠানবোৰৰ জনপ্ৰিয়তা বাঢ়িল আৰু ৰেডিঅ’ চেটৰ বিক্ৰীও অধিকভাৱে বাঢ়ি গ’ল। আনকি বহু গ্ৰাহকে ৰেডিঅ’ চেট কিনিবৰ সময়ত Radio Ceylon আৰু Radio Goa ৰ প্ৰচাৰিত অনুষ্ঠানবোৰৰ বিষয়ে নিশ্চিত হৈহে ৰেডিঅ’ চেট ক্ৰয় কৰিছিল। (Bhatt : 1994).

বন্ধনী ৭.৩

বন্ধনী ৭.৩ ৰ অনুশীলনী

বিবিধ ভাৰতী অনুষ্ঠানৰ যোগে প্ৰচাৰিত কাৰ্যসূচীৰ বিষয়ে তোমালোকৰ বয়োজ্যেষ্ঠ সকলক সোধা আৰু জানিবলৈ যত্ন কৰা তেওঁলোকৰ মাজৰ কোনসকলে এই কাৰ্যসূচীবোৰ মনত ৰাখিছে। দেশৰ কোনবোৰ অঞ্চলত এই কাৰ্যসূচীবোৰ অধিক জনপ্ৰিয়

হৈ উঠিছিল। তেওঁলোকৰ অভিজ্ঞতাবোৰ আলোচনা কৰা আৰু শ্ৰোতাৰ অনুৰোধৰ প্ৰসঙ্গ আগত ৰাখি সেইবোৰ তোমালোকৰ সময়ৰ লগত তুলনা কৰা।

ভাৰতবৰ্ষই ১৯৪৭ চনত স্বাধীনতা লাভ কৰাৰ সময়ত দেশত মুঠতে ৬ টাহে অনাতাঁৰ কেন্দ্ৰ আছিল আৰু সেইকেইটা কেইখনমান মহানগৰীত অৱস্থিত আছিল। এই সময়ত দেশৰ ৩৫০ নিযুত লোকৰ বাবে ২,৮০,০০০ টা ৰেডিঅ’ চেট আছিল। কিন্তু স্বাধীনতাৰ পিছৰ কালত কেন্দ্ৰীয় চৰকাৰে ৰেডিঅ’ ব্যৱস্থাৰ প্ৰসাৰতাৰ বাবে যথেষ্ট গুৰুত্ব আৰোপ কৰে। বিশেষকৈ দেশৰ ৰাজ্যসমূহৰ ৰাজধানী চহৰ আৰু সীমান্তবৰ্তী অঞ্চলবোৰত এই ব্যৱস্থা প্ৰসাৰৰ ওপৰত বেছি জোৰ দিছিল। যোৱা কিছু বছৰত আকাশবাণী অনুষ্ঠানে দেশত উচ্চমানৰ আন্তঃগাঁথনি গঢ়িবলৈ সক্ষম হ’ল।

যুদ্ধ-বিগ্ৰহ, অভাৱনীয় পৰিস্থিতি আৰু আকাশবাণীৰ সম্প্ৰসাৰণ (Wars, Tragedies and expansion of AIR)

বন্ধনী ৭.৪

আমোদজনক কথাটো হৈছে যুদ্ধ-বিগ্ৰহ, দেশত হঠাৎ সৃষ্টি হোৱা অভাৱনীয় পৰিস্থিতি আদি ঘটনাবোৰে আকাশবাণীৰ প্ৰচাৰ কাৰ্যত অধিক সম্প্ৰসাৰণ ঘটাইছে। ১৯৬২ চনৰ চীনায়ুদ্ধৰ সময়ত অনাতাঁৰ যোগে কথোপকথন (talks) নামেৰে দৈনিক কাৰ্যসূচী সম্প্ৰচাৰৰ দিহা কৰা হ’ল। ১৯৭১ চনৰ আগষ্ট মাহত বাংলাদেশ ঘটনাৰ সময়ত বাতৰি সেৱা বিভাগ (News Service Division) এ নতুনকৈ পুৰা ৬ বজাৰ পৰা মাজনিশা পৰ্যন্ত বাতৰি প্ৰচাৰৰ ব্যৱস্থা কৰিছিল। একেদৰেই ১৯৯১ চনত ৰাজীৱ গান্ধীৰ কৰুণ হত্যা সংঘটিত হোৱাৰ সময়ত আকাশবাণীয়ে ২৪ ঘণ্টা জোৰা বাতৰি বুলেটিন প্ৰচাৰৰ দিহা কৰিছিল।

লগতে ভৌগলিক, ভাষিক আৰু সাংস্কৃতিকভাৱে বৈসাদৃশ্য থকা ভাৰতবৰ্ষত ই ৰাষ্ট্ৰীয়, আঞ্চলিক আৰু স্থানীয় এই তিনি তৰপত বিভিন্ন কাৰ্যসূচী প্ৰচাৰ কৰি বিপুল জনপ্ৰিয়তা অৰ্জন কৰিলে।

ৰেডিঅ’ৰ জনপ্ৰিয়তাত প্ৰথম অৱস্থাত অৱশ্যে কিছু বাধা আহিছিল কাৰণ ৰেডিঅ’ চেটবোৰৰ মূল্য বেছি আছিল। ১৯৬০ চন মানৰ পৰা বেটাৰী সংযোগৰ সহায়ত ৰেডিঅ’ উপভোগৰ সম্প্ৰসাৰণ ঘটিবলৈ ধৰে যাৰ সহায়ত ৰেডিঅ’ উপভোগৰ সুবিধা দেশৰ যিকোনো ঠাইতে উপলব্ধ হ’বলৈ ধৰে। ইয়াৰ ফলত ৰেডিঅ’ চেটবোৰৰ মূল্য হ্ৰাস পাবলৈ ধৰে। ২০০০ চনৰ হিচাপমতে দেশৰ ১১০ নিযুত ঘৰ (দেশৰ মুঠ ঘৰৰ প্ৰায় দুই-তৃতীয়াংশ) মানেহে ২৪ টা ভাষা আৰু ১৪৬ টা উপভাষাত অনাতাঁৰ প্ৰচাৰ শুনিব পৰা হ’ল।

দূৰদৰ্শন (Television)

পৰীক্ষামূলক ভাৱে ভাৰতবৰ্ষত ১৯৫৯ চন মানত দূৰদৰ্শন ব্যৱস্থাৰ আৰম্ভ হয়। দূৰদৰ্শনৰ কাৰ্যসূচীয়ে প্ৰথম অৱস্থাত কেৱল গ্ৰাম্য উন্নয়নক আগবঢ়াই নিয়াৰ উদ্দেশ্যেই আত্মনিয়োগ কৰিছিল। পাছত ১৯৭৫ চনৰ আগষ্ট মাহৰপৰা ১৯৭৬ চনৰ জুলাই মাহৰ ভিতৰত Satellite Instructional Television Experiment নামৰ এটি প্ৰতিষ্ঠানৰ পৰা দেশৰ ৬ খন ৰাজ্যৰ গ্ৰাম্য সমাজে উপভোগ কৰিব পৰাকৈ কাৰ্যসূচী সম্প্ৰচাৰণ কৰিছিল। এই প্ৰতিষ্ঠানৰ যোগে প্ৰতিদিনে প্ৰায় ৪ ঘণ্টাকৈ অনুষ্ঠান পৰিবেশন কৰা হৈছিল, যি অনুষ্ঠান প্ৰায় ২,৪০০ টা টেলিভিচন চেটৰ দ্বাৰা ৰাইজে উপভোগ কৰিছিল। ঠিক সেই সময়তে ১৯৭৫ চনত দূৰদৰ্শনৰ অধীনত দেশৰ ৪ খন মহানগৰ ক্ৰমে দিল্লী, মুম্বাই, শ্ৰীনগৰ আৰু অমৃতসৰত দূৰদৰ্শন কেন্দ্ৰ প্ৰতিষ্ঠা কৰা হয়। এবছৰৰ ভিতৰতে কলকাতা, চেন্নাই আৰু জলন্ধৰত আন তিনিটা দূৰদৰ্শন কেন্দ্ৰ স্থাপন কৰা হয়। প্ৰতিটো কেন্দ্ৰই বাতৰি, শিশু আৰু মহিলাসকলৰ কাৰ্যসূচী, কৃষি সম্পৰ্কীয় কাৰ্যসূচী আৰু অন্যান্য কিছুমান অৱসৰ বিনোদনৰ কাৰ্যসূচীও প্ৰচাৰ কৰাৰ আঁচনি লৈছিল।

দূৰদৰ্শনৰ কাৰ্যসূচীবোৰ লাহে লাহে ব্যৱসায়িক দিশতো আগবাঢ়িবলৈ ধৰে।

ক্ৰিয়াকলাপ ৭.৩

পুৰণি চামৰ জ্যেষ্ঠ সকলৰ মাজৰে কেইজনমান বাছি লোৱা।
তেওঁলোকক সোধা যে ১৯৭০-১৯৮০ চনৰ সময়ছোৱাত দূৰদৰ্শনৰ কাৰ্যসূচীবোৰত প্ৰধানকৈ তেওঁলোকে কি কি দেখা পাইছিল? তেওঁলোকৰ সময়ৰ সকলোৱে দূৰদৰ্শন উপভোগ কৰিবলৈ পাইছিল নে?

বিভিন্ন গোটৰ পৃষ্ঠপোষকতাত বিজ্ঞাপন প্ৰচাৰৰ দিহা কৰাৰ লগে লগে দূৰদৰ্শনৰ দৰ্শকৰ সংখ্যা স্বাভাৱিকতে বৃদ্ধি পালে। এইদৰেই মনোৰঞ্জনৰ কাৰ্যসূচীবোৰ বাঢ়ি গ'ল আৰু নগৰীয়া উপভোক্তা শ্ৰেণীকেই প্ৰধান লক্ষ্য কৰি লোৱা হ'ল। ১৯৮২ চনত দিল্লীত অনুষ্ঠিত হোৱা এচিয়ান গেম্‌চৰ সময়ৰ পৰা দূৰদৰ্শনৰ কাৰ্যসূচীবোৰ বঙীন ৰূপত উপভোগ কৰিব পৰা ব্যৱস্থা হ'ল। ৰাষ্ট্ৰীয় নেটৱৰ্কৰ খৰতকীয়া সম্প্ৰসাৰণৰ ফলস্বৰূপে দূৰদৰ্শনৰ কাৰ্যসূচীবোৰও অধিক ব্যৱসায়িক ৰূপত আগবাঢ়ি আহিবলৈ ধৰে। ১৯৮৪-৮৫ সময়ছোৱাত দূৰদৰ্শনৰ ট্ৰেন্সমিটাৰৰ সংখ্যা দেশত বাঢ়ি গৈ-বৃহৎ সংখ্যক জনসাধাৰণক সামৰি লব পৰা হ'ল। সেই সময়তেই ভাৰতীয় সংস্কৃতিৰ আধাৰত নিৰ্মাণ হোৱা দুখন ধাৰাবাহিক 'Hum Log' (১৯৮৪-৮৫) আৰু 'Bunniyaad' (১৯৮৬-৮৭) সম্প্ৰচাৰণ কৰা হয়। উক্ত

আহৰণ কৰিবলৈ সক্ষম হৈছিল। একেধৰণেই ই সম্ভৱ হৈছিল ১৯৮৭-৮৮ চনৰ ‘ৰামায়ণ’ আৰু ১৯৮৮-৯০ চনৰ ‘মহাভাৰত’ সম্প্ৰচাৰণৰ যোগেদি।

হাম্ল’গ্ : এক নিৰ্ণায়ক মুহূৰ্ত (Hum Log : A Turning Point)

বন্ধনী ৭.৫

Hum Log ধাৰাবাহিক খনেই হ’ল দীৰ্ঘ সময়জুৰি চলা প্ৰথম ধাৰাবাহিক যিখন ১৯৮৪-৮৫ চনৰ সময়ছোৱাত ১৫৬ খণ্ডত সম্প্ৰচাৰ হৈছিল। প্ৰায় ১৭ মাহ জুৰি হিন্দী ভাষাত সম্প্ৰচাৰিত হৈছিল এই ধাৰাবাহিক খন। ২২ মিনিটৰ প্ৰতিটো খণ্ডৰ শেষত ভাৰতৰ এগৰাকী প্ৰসিদ্ধ অভিনেতা অশোক কুমাৰে সেই প্ৰতিটো খণ্ডৰ শিক্ষামূলক কথাখিনি ৩০-৪০ চেকেণ্ডৰ ভিতৰত এটি বক্তব্য যোগে সাৰাংশ ৰূপে প্ৰকাশ কৰিছিল। তেনেধৰণৰ প্ৰচাৰৰ যোগেদি কিছুমান গুৰুত্বপূৰ্ণ সামাজিক বিষয় যেনে সমাজত লিংগ সমতা (Gender equality), সৰু পৰিয়াল (Small family), ৰাষ্ট্ৰীয় সংহতি (National integration) আদিৰ বিষয়ে কাৰ্যসূচী প্ৰচাৰৰ দিহা কৰা হৈছিল। সমাজৰ কেতবোৰ নেতিবাচক চৰিত্ৰ যেনে অত্যধিক মদ্য পান কৰি পত্নীক অত্যাচাৰ কৰা চৰিত্ৰ একোটাক লৈ অশোক কুমাৰে কেতবোৰ প্ৰশ্নৰ অবতাৰণা কৰিছিল। যেনে- তোমালোকে কি ভাৱা যে ৰাম নামৰ ব্যক্তিজনে অত্যধিক মদ্যপান কৰে আৰু পিছত অসভ্যালি আৰম্ভ কৰিবলৈ ধৰে? তেওঁৰ নিচিনা আৰু কোনোলোকক তোমালোকে জনা নেকি? মদ্যপানৰ দৰে ঘটনাবোৰ সমাজত কেনেকৈ নাশ কৰিব পাৰি? (Singhal and Rogers, 1989)। হাম্ল’গ্ ধাৰাবাহিকখন উপভোগ কৰা দৰ্শকসকলৰ মাজত চলোৱা এক সমীক্ষাত দেখা গৈছে হাম্ল’গ্ৰত উপস্থাপন কৰা কিছুমান জনপ্ৰিয় চৰিত্ৰ আৰু দৰ্শকসকলৰ মাজত কেতবোৰ অৰ্দ্ধ সামাজিক আন্তঃক্ৰিয়া (Parasocial interaction) উল্লেখনীয় ভাৱে উপলব্ধ হৈছিল। আনকি এই ধাৰাবাহিক খনৰ কিছুমান চৰিত্ৰই দৰ্শকক ইমানেই আকৰ্ষণ কৰিছিল যে বহুতেই তেওঁলোকৰ দৈনন্দিন কাৰ্যসূচী এনেদৰে মিলাই লৈছিল যাতে ‘একান্তভাৱে ঘৰত’ তেওঁলোকৰ প্ৰিয় চৰিত্ৰবোৰক লগ পাব পাৰে। বহুতে কোৱামতে দূৰদৰ্শনৰ ধাৰাবাহিক চলি থাকোতেই কিছুমানে মন্তব্য দিছিল। যেনে- “বড়কী নিৰাশ নহ’বা। ভৱিষ্যতৰ জীৱন গঢ়া সপোন এৰি নিদিবা।”

হাম্ল’গ্ ধাৰাবাহিক খনৰ জনপ্ৰিয়তা অধিক হোৱা পৰিলক্ষিত হৈছিল। উত্তৰ ভাৰতত প্ৰায় ৬৫ ৰ পৰা ৯০ শতাংশ আৰু দক্ষিণ ভাৰতত ২০ ৰ পৰা ৪৫ শতাংশ দৰ্শকৰ উপৰিও সমগ্ৰ ভাৰতবৰ্ষত প্ৰায় ৫০ নিযুত দৰ্শকে এই ধাৰাবাহিকখন উপভোগ কৰিছিল। ধাৰাবাহিকখনৰ জনপ্ৰিয়তাৰ আন এটি দিশো স্পষ্ট হৈ পৰিছিল। উপভোগ কৰি ভালপোৱা প্ৰায় ৪০০,০০০ দৰ্শকে তেওঁলোকৰ নিজস্ব মতামত আগবঢ়াই দূৰদৰ্শনলৈ পত্ৰ প্ৰেৰণ কৰিছিল, যিবোৰৰ মাজত বহু পত্ৰ নোখোলাৱাকৈয়ে থাকি গৈছিল (Singhal and Rogers 2001)।

হামলগ্ ধাৰাবাহিক খনৰ যোগে প্ৰচাৰিত বিজ্ঞাপন Maggi 2-minute noodles ৰ যোগে এই উৎপাদিত সামগ্ৰীবিধ ৰাইজে দ্ৰুত গতিত গ্ৰহণ কৰিছিল। ইয়াৰ দ্বাৰা ইয়াকে বুজায় যে দূৰদৰ্শনৰ বিজ্ঞাপন যোগে কিছুমান উৎপাদিত সামগ্ৰীৰ বাণিজ্যিকৰণত অধিক সহায়ক হয়। বিজ্ঞাপন দাতা সকলেও ক্ৰমান্বয়ে দূৰদৰ্শনৰ যোগে বিজ্ঞাপন প্ৰচাৰত ভিৰ লগাবলৈ আৰম্ভ কৰিলে আৰু দূৰদৰ্শনেও লাহে লাহে বাণিজ্যিকৰণৰ দিশত আগ বাঢ়িবলৈ ধৰিলে।

বন্ধনী ৭.৬

ছপা মাধ্যম (Print Media)

ছপা মাধ্যমেও গণ মাধ্যম হিচাপে গুৰুত্বপূৰ্ণ স্থান দখল কৰি আহিছে। স্বাধীনতাৰ পিচত এই ছপা মাধ্যম যোগে দেশৰ উন্নয়নৰ সন্দৰ্ভত কিছুমান বিষয়বস্তুৰ ওপৰত যথেষ্ট গুৰুত্বপূৰ্ণ লেখা প্ৰকাশ কৰিছে। লগতে দেশৰ জনগণৰ উন্নয়নৰ হকে ভিন্ন সময়ত মাত মাতি আহিছে। ছপা মাধ্যমৰ আনুগত্য আৰু ইয়াৰ ভূমিকাৰ বিষয়ে তলত বন্ধনীৰ ভিতৰত চমুকৈ দাঙি ধৰা হৈছে।

এসময়ত ভাৰতত সাংবাদিকতাক প্ৰয়োজনীয় বিষয়ত প্ৰয়োজনীয় সময়ত মাত মাতি অহা এক বলিষ্ঠ কণ্ঠ (calling) হিচাপে গণ্য কৰা হৈছিল। সাংবাদিক সকলে দেশপ্ৰেম আৰু সমাজ সংস্কাৰ আদৰ্শৰ দ্বাৰা অনুপ্ৰাণিত হৈ কাকতৰ যোগে উল্লেখনীয় শক্তি প্ৰদৰ্শন কৰিছিল। তৎস্বত্বেও প্ৰায়ে উক্ত বলিষ্ঠ কণ্ঠকসকলক উচিত মূল্যাংকন কৰা হোৱা নাছিল। যি কি নহওক এই সাংবাদিকতা বহু বছৰৰ পাছত এক বৃত্তিলৈ (profession) পৰিবৰ্তন হ'ল, যেতিয়া The Hindu কাকত খনে সমাজ আৰু ৰাজহুৱা সেৱা কৰা উদ্দেশ্যৰ পৰা সম্পূৰ্ণ ব্যৱসায়িক দৃষ্টিভঙ্গী আগত ৰাখি ব্যৱসায়িক প্ৰতিষ্ঠানলৈ পৰিবৰ্তন হৈ পৰিল।

বন্ধনী ৭.৭

(উৎসঃ Editorial 'Yesterday, Today, Tomorrow'. The Hindu 13 September 2003, quoted in B.P. Sanjay 2006)

ছপা মাধ্যম এক প্ৰত্যাৱধানৰ সন্মুখীন হৈছিল যেতিয়া দেশত জৰুৰীকালীন অৱস্থা ঘোষণা কৰি ছপা মাধ্যমৰ ওপৰত চেঞ্চাৰ আৰোপ কৰা হৈছিল। সৌভাগ্যক্ৰমে এই অৱস্থাৰ ১৯৭৭ চনত অৱসান ঘটিল আৰু দেশত গণতন্ত্ৰৰ পুনৰুদ্ধাৰ হ'ল। নিশ্চয়কৈ বহু সমস্যা থকা ভাৰতবৰ্ষই মুক্ত প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ অধিকাৰী হোৱাৰ গৌৰৱ আৰ্জন কৰে।

এই অধ্যায়ৰ আৰম্ভণিতেই আমি উল্লেখ কৰিছো আন আন যোগাযোগ মাধ্যমতকৈ

গণ মাধ্যম যথেষ্ট পৃথক। কাৰণ বৃহৎ মাত্ৰাত মূলধন, উৎপাদন আৰু পৰিচালক পক্ষৰ চাহিদা পূৰণ কৰিবলৈ এক আনুষ্ঠানিক সংৰচনাত্মক সংগঠন (formal structural organisation) ৰ প্ৰয়োজন। লগতে আন যিকোনো সামাজিক সংস্থাৰ দৰে গণ মাধ্যমৰো সংৰচনা আৰু বিষয়বস্তু অৰ্থনৈতিক, ৰাজনৈতিক আৰু সামাজিক-সাংস্কৃতিক আদি প্ৰসংগ বিশেষে সলনি হৈ থাকে। তোমালোকে লক্ষ্য কৰিবা যে সময় সাপেক্ষে কিদৰে গণ মাধ্যমৰ বিষয়বস্তু আৰু শৈলী পৰিবৰ্তিত হয়। কোনো কোনো ক্ষেত্ৰত ৰাষ্ট্ৰই এক গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা গ্ৰহণ কৰে। আন সময়ত বজাৰৰ চাহিদাই মুখ্য ভূমিকা লয়। ভাৰতবৰ্ষত বৰ্তমান সময়ত এই পৰিবৰ্তনবোৰ সঘনেই চকুত পৰে। সেই বাবে আধুনিক গণতান্ত্ৰিক ব্যৱস্থাত গণ মাধ্যমবোৰৰ ভূমিকা বিষয়ে অনেক সময়ত সমালোচনা হোৱাও দেখা যায়।

৭.৩ গোলকীকৰণ আৰু গণ মাধ্যম (Globalisation and Media)

গোলকীকৰণৰ সুদূৰ প্ৰসাৰী প্ৰভাৱ আৰু যোগাযোগ বিপ্লৱৰ লগত ইয়াৰ কেনেধৰণৰ সম্বন্ধ থাকে, সেই বিষয়ে আমি আগৰ অধ্যায়ত আলোচনা কৰি আহিছো। গণ মাধ্যম সমূহৰ আন্তঃজাতিক পৰিসৰ থাকে। তাৰ ভিতৰত নিতৌ ন ন কাহিনী আহৰণ কৰা, পশ্চিমীয়া দেশত প্ৰস্তুত কৰা ফিল্ম আদি দেশে বিদেশে বিতৰণ কৰা কাৰ্যবোৰ প্ৰধানকৈ উল্লেখ কৰিব পাৰি। ১৯৭০ চন মানলৈকে প্ৰায়বোৰ গণ মাধ্যম কোম্পানীৰ প্ৰচাৰ কাৰ্য দেশৰ ৰাষ্ট্ৰীয় নিয়ম অনুসৰি নিজৰ ঘৰুৱা বজাৰতে আৱদ্ধ আছিল। গণ মাধ্যম ক্ৰমান্বয়ে একো একোটা বৃহৎ শিল্প উদ্যোগলৈ পৰিণত হ'বলৈ ধৰে আৰু বোলছবি, ছপা মাধ্যম, ৰেডিঅ' তথা দূৰদৰ্শন আদি বিভাগবোৰে স্বতন্ত্ৰভাৱে কাম কৰিবলৈ ল'লে।

যোৱা তিনিটা দশকত গণমাধ্যম উদ্যোগৰ অভ্যন্তৰত তীব্ৰ পৰিবৰ্তন সংঘটিত হৈছে। দেশীয় বজাৰসমূহ গোলকীয় বজাৰৰ টোত মিলি গৈছে য'ত নতুন প্ৰযুক্তিয়ে এসময়ৰ স্পষ্ট ৰূপত পৃথক গণমাধ্যমৰ প্ৰকাৰসমূহক সংযোজিত কৰিছে।

সংগীত জগতত গোলকীকৰণ (Globalisation in case of music)

বন্ধনী ৭.৮

এই কথা সঘনেই আলোচিত হয় যে আন যিকোনো বস্তুজগততকৈ সংগীত জগতত গোলকীকৰণৰ প্ৰভাৱ অতি ক্ষিপ্ৰ। এইটো এইবাবেই সম্ভৱ হৈছে যে সংগীত এনে এটি মাধ্যম যিয়ে মানুহক অতি সহজে আকৰ্ষণ কৰিব পাৰে লাগে তেওঁ সেই সংগীতৰ লিখিত ভাষা আৰু কথিত ভাষা বুজিব পাৰক বা নোৱাৰক। সেইবাবেই সংগীতত ব্যৱহাৰ হোৱা আধুনিক প্ৰযুক্তি কৌশলবোৰে মানুহৰ মনত অতি সোনকালে ঠাই পাব পাৰে। সংগীত জগতত প্ৰযুক্তি বিদ্যাৰ উন্নত কৌশলবোৰ দেখা গৈছে প্ৰধানকৈ ব্যক্তিগত stereo system ৰ পৰা Music TV লৈ ৰূপান্তৰ (MTV) আৰু তাৰ ক্ৰমশঃ উন্নত ব্যৱস্থা CD ৰ ব্যৱহাৰৰ (compact disc) ক্ষেত্ৰত। এইবোৰ অতি উন্নত ক'লা কৌশলেৰে সমগ্ৰ বিশ্বত বিয়পি পৰিছে।

বিহুগীতত গোলকীকৰণৰ প্ৰভাৱ

অসমীয়া বিহুগীত সমূহতো গোলকীকৰণৰ প্ৰভাৱ পৰিছে যাৰ ফলত অসমীয়া ভাষা নজনা আন ভাষীয় লোকেও ইয়াক আগ্ৰহেৰে উপভোগ কৰা দেখা যায়। এসময়ত কেৱল মুখে মুখে প্ৰচলিত হৈ থকা বিহু নামবোৰ ক্ৰমশঃ কিতাপ পত্ৰত সংগ্ৰহিত হ'ল। ইয়াৰ পাছত নতুন প্ৰযুক্তিৰে CD ৰ যোগে বাণীবদ্ধ হ'ল, য'ত থলুৱা বা পৰম্পৰাগত বাদ্যযন্ত্ৰ আৰু পশ্চিমীয়া বাদ্যযন্ত্ৰ যেনে- ড্ৰাম, বেইছ্ গীতাৰ, কী-বৰ্ড ইত্যাদি ব্যৱহাৰ কৰা হ'ল। পিছত বিহুৰ নাচ সংযোজিত কৰি দৃশ্য (video) মাধ্যমলৈ ৰূপান্তৰ কৰা হ'ল আৰু হেজাৰ হেজাৰ DVD Disc প্ৰস্তুত কৰি দেশ বিদেশলৈ পঠোৱা হৈছে। লগতে ইণ্টাৰনেট যোগেদিও আজি বিহু উপলব্ধ হৈছে।

গণ মাধ্যমৰ সংকলন ব্যৱস্থা (The fusion of farms of media)

পিছে ইণ্টাৰনেট আৰু CD ৰ যোগে শুনিব আৰু চাব পৰা ব্যৱস্থাটোৱে সংগীতৰ ব্যৱসায়িক দিশটোৰ প্ৰতি ভয়াবহতা কঢ়িয়াই আনিছে। যিহেতু Internet ৰ পৰা বহু সংগীত বা দৃশ্যাংশ সংগ্ৰহ (down load) কৰিব পৰা যায়। সেইবাবে বহুলোকে বজাৰৰ পৰা সংগীতৰ কেছেট বা CD সমূহ নিকিনি Internet ৰ পৰা সংগ্ৰহ কৰে আৰু সেইবোৰ প্ৰস্তুত কৰি বহুলোকে বিক্ৰী কৰে। উল্লেখ্য যে বিশ্বত সংগীত উদ্যোগবোৰে সংগীত সৃষ্টি, এইবোৰৰ বিতৰণ, বিক্ৰী কেন্দ্ৰ আদি সৃষ্টি কৰে। কিন্তু ওপৰত উল্লেখ কৰা ধৰণে সংগীত সমূহ সংগ্ৰহ আৰু বিক্ৰী কৰাৰ সুবিধা কৰি দিয়াৰ ফলশ্ৰুতিত স্বাভাৱিকতেই সংগীত উদ্যোগসমূহ সমস্যাত পৰিছে।

৭.৮ বন্ধনীৰ অনুশীলনী

৭.৮ বন্ধনীৰ ভিতৰৰ কথাখিনি মনোযোগেৰে পঢ়া আৰু তলৰ অনুশীলনীখিনি কৰিবলৈ যত্ন কৰা।

- ১) সংগীত জগতৰ প্ৰতিষ্ঠিত কিছুমান কোম্পানীৰ নাম সংগ্ৰহ কৰা।
- ২) ম'বাইল ফ'নৰ বাবে সংগ্ৰহ কৰা (download) সাংগীতিক সুৰ (ring tone) বোৰৰ বিষয়ে কেতিয়াবা ভাৱানে? তোমালোকৰ মতে এই সুৰবোৰ গণ মাধ্যমৰ সংযোজনৰ প্ৰকাৰ নেকি?
- ৩) দূৰদৰ্শনৰ যোগে অনুষ্ঠিত কৰা সংগীত প্ৰতিযোগিতাৰ শ্ৰেষ্ঠ সকলক নিৰ্বাচন কৰিবলৈ দৰ্শকৰ পৰা SMS (short message system) ৰ যোগে ভোট লোৱা হয়। এনে ধৰণৰ সংগীত প্ৰতিযোগিতা তোমালোকে উপভোগ কৰিছানে? এই পদ্ধতিত তোমালোকৰ দৃষ্টিত গণ মাধ্যমে সংযোজিত ৰূপ বুলি ভাৱা নেকি?
- ৪) এনে ধৰণৰ সংগীত শুনিছানে যিবোৰত থকা শব্দৰ অৰ্থ তোমালোকে নাজানা অথবা ভিন্ন ভাষাৰ শব্দ ভিন্ন সাংগীতিক ধাৰাৰে সংযোজিত হৈ থাকে? এনে ধৰণৰ সংগীত শুনিলে তোমালোকৰ কেনে অনুভৱ হয়?

And the award goes to ...

Charubala Narasim

ward g

While it sounds like a no-brainer to get involved in your community, it's a part of the industry throughout your life. And for those of you who do, there's always an award waiting for you at the end of the road.

WITHIN AN HOUR OF BEING INTO THE TOWN THERE ARE CITY LIMITS AND MEDIA-SPECIFIC ZONES LIKE THERE'S ONE FOR EVERY

business than ever. And last year the AIAA should have no competitors: the AIAA of the 1990s. In fact, the

দেশৰ স্বাধীনতা আন্দোলনক বাতৰি কাকত আৰু আলোচনীবোৰে কেনেদৰে
এঠাইৰ পৰা আন এঠাইলৈ বিস্তাৰিত কৰাত সহায় কৰিছিল সেই বিষয়ে আমি ইতিমধ্যে
আলোচনা কৰি আহিছো। অৱশ্যে পিচৰ সময়ছোৱাত দৰদৰ্শন আৰু ইণ্টাৰনেট মাধ্যমৰ

বহুল ব্যৱহাৰৰ বাবে বাতৰি কাকতৰ আগৰ সেই গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা কিছু কমি গৈছে বুলি বহুলোকে অনুভৱ কৰে। ভাৰতবৰ্ষত বাতৰি কাকতৰ উৎপাদন আৰু বিতৰণ অবিৰত ভাৱে বাঢ়ি গৈয়ে আছে। বাতৰি কাকতৰ উৎপাদন আৰু বিতৰণৰ ক্ষেত্ৰত নতুন প্ৰযুক্তি কৌশলে কেনেদৰে সহায় কৰিছে তলৰ ৭.৯ বক্সনীৰ ভিতৰত চমুকৈ আলোচনা কৰা হ'ল।

ভাৰতীয় ভাষাৰ বাতৰি কাকতৰ বৈপ্লৱিক উত্থান (The Indian language newspaper revolution)

বক্সনী ৭.৯

যোৱা কেইটামান দশকত ভাৰতীয় ভাষাৰ বাতৰি কাকতবোৰৰ ক্ষেত্ৰত এক উল্লেখযোগ্য উত্থান ঘটিছে। ক'বলৈ গলে ই এটা মুক্ত বাণিজ্যকৰণৰ ই শুভ আৰম্ভণি। ভাৰতৰ দুখন শীৰ্ষস্থানীয় বাতৰি কাকত 'দৈনিক জাগৰণ' (Dainik Jagran) আৰু 'দৈনিক ভাস্কৰ' (Dainik Bhaskar) ৰ পঢ়ুৱৈৰ সংখ্যা আছিল ক্ৰমে ২১ নিযুত আৰু ১৭ নিযুত। অতি দ্ৰুত গতিত বাঢ়ি যোৱা অসমৰ নগৰীয়া সমাজত বাতৰি কাকতৰ পঢ়ুৱৈৰ সংখ্যা ৫১.৮ শতাংশ আৰু বেংগলৰ গাঁৱলীয়া সমাজত ই হয়গৈ ১২৯ শতাংশ। (Source : National Readership Survey 2002)

ভাৰতীয় ভাষাৰ বাতৰি কাকতৰ উত্থানৰ ক্ষেত্ৰত 'ইনেডু' (The Eenadu) নামৰ তেলেগু ভাষাৰ কাকত খন এক সুন্দৰ উদাহৰণ। ১৯৭৪ চনত ৰামোজী ৰাও নামৰ এজন লোকৰ দ্বাৰা এই কাকতখনৰ প্ৰকাশন আৰম্ভ হৈছিল। উল্লেখ্য যে এই কাকতখন প্ৰকাশন আৰম্ভ কৰাৰ পূৰ্বে ৰামোজী ৰাৱেও এটি সবল পুঁজি গঠন কৰি লৈছিল যাতে প্ৰকাশ হৈ থকা সময়ত আৰ্থিকভাৱে অসুবিধাত নপৰে।

১৯৮৯ চনৰ পৰা এই কাকতখন জিলা পৰ্যায়ৰ দৈনিক কাকত (District daily) হিচাপেও প্ৰকাশ হয় য'ত বিভিন্ন বিভাগৰ প্ৰচাৰৰ ব্যৱস্থা কৰা হয়। ১৯৯৮ চনত এই কাকত খন অন্ধ্ৰপ্ৰদেশৰ দহখন নগৰৰ পৰা প্ৰকাশ হৈছিল। কাকত খনৰ আন এটি উল্লেখযোগ্য দিশ হ'ল সমূহ তেলেগু ভাষাৰ দৈনিক কাকত সমূহ এদিনত যিমান বিতৰণ বা বিক্ৰী হয়, তাৰে ৭০ শতাংশ এই কাকতখন বিক্ৰী হৈছিল আৰু দেশৰ বহু ঠাইলৈ বিতৰণ কৰিব পৰা গৈছিল।

ভাৰতীয় ভাষাৰ কাকতসমূহৰ পঢ়ুৱৈৰ সংখ্যা দ্ৰুতগতিত বৃদ্ধি হোৱাৰ কেইটামান কাৰণ উল্লেখ কৰিব পাৰি। প্ৰথমেই ক'ব পাৰি যে দেশত শিক্ষিত লোকৰ সংখ্যা বৃদ্ধি পাইছে আৰু তেওঁলোকে নগৰলৈ প্ৰব্ৰজন কৰিছে। ২০০৩ চনত হিন্দী ভাষাৰ বাতৰি কাকত হিন্দুস্তান (Hindustan) দিল্লী সংস্কৰণত ৬৪,০০০ খন কাকত ছপা হোৱাৰ পাছত ২০০৫ চনত ইয়াৰ সংখ্যা বাঢ়ি ৪,২৫,০০০ খন হৈছিলগৈ। ইয়াৰ মূল কাৰণ হৈছে দিল্লীলৈ হিন্দী ভাষাৰ প্ৰাধান্য থকা ৰাজ্য বিহাৰ আৰু উত্তৰ প্ৰদেশৰ প্ৰব্ৰজনৰ লগতে বহুলোক গ্ৰামাঞ্চলৰ পৰা ইয়ালৈ হোৱা খৰতকীয়া প্ৰব্ৰজন।

দ্বিতীয়তে, ডাঙৰ নগৰ বা মহানগৰত বসবাস কৰা লোকে কাকতৰ পৰা যেনেকুৱা সংবাদ বিচাৰিছিল, তাতোকৈ কিছু পৃথক সংবাদ আশা কৰিছিল গ্রামাঞ্চল তথা সৰু নগৰত বাস কৰা লোকে। ভাৰতীয় ভাষাৰ কেইখনমান উচ্চ মান বিশিষ্ট কাকতে এই ক্ষেত্ৰত গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা গ্ৰহণ কৰিছিল। এইবোৰৰ ভিতৰত মালায়ালাম ভাষাৰ “Malayalam Manorama” আৰু তেলেগু ভাষাৰ “Eenadu” নামৰ দুখন কাকতে গ্ৰাম্য আৰু স্থানীয় বাতৰি প্ৰচাৰৰ ক্ষেত্ৰত গুৰুত্ব দি প্ৰতি জিলাৰ পৰা নিৰ্বাচিত কিছু ঠাইৰ পৰা কিছুমান সংস্কৰণ প্ৰকাশ কৰিছিল। “Dina Thanthi” নামৰ আন এখন তামিল ভাষাৰ কাকতে আকৌ কাকতখনত প্ৰকাশিত সংবাদ আৰু লেখনিসমূহত বৰ সৰল ভাষা ব্যৱহাৰ কৰিছিল যাতে পৰিবেশন কৰা সংবাদ আৰু লেখনিসমূহ সকলোৱে বুজিব পাৰে। আঞ্চলিক ভাষাৰ বাতৰি কাকতসমূহে উন্নত মানৰ ছপা কৌশল অৱলম্বন কৰাৰ উপৰিও সাপ্তাহিক বা মাহেকীয়া পৰিপূৰিকা (Supplement), শিক্ষাজগত সংবাদ আদি প্ৰচাৰৰ ব্যৱস্থাও কৰিছিল। ব্যৱসায়িক দিশেৰে দৈনিক ভাস্কৰ (Dainik Bhaskar) গোষ্ঠীৰ সৌজন্যত নানা ধৰণৰ জৰীপ, যোগাযোগ আঁচনি (contact programme) তথা গৱেষণা কাৰ্যও হাতত লৈছিল। এনেধৰণৰ কাৰ্যব্যৱস্থাই এইটো ইংগিত বহন কৰে যে আধুনিক গণ মাধ্যমৰ এটা সাংগঠনিক ব্যৱস্থা থাকে।

National Readership Study (NRS) নামৰ এক সংস্থাই ২০০৬ চনত চলোৱা এক সমীক্ষা অনুসৰি দেশৰ ভিতৰত আতাইতকৈ বেছি কাকত পঢ়া পঢ়ুৱৈ আছিল হিন্দী ভাষাৰ প্ৰাধান্য থকা অঞ্চলবোৰত। তেওঁলোকৰ সমীক্ষাত এই কথাও কোৱা হৈছিল যে তেওঁলোকে সমীক্ষা চলোৱা আগৰ বছৰটোত ভাৰতীয় ভাষাৰ বাতৰি কাকত পঢ়ালোক সংখ্যা আছিল ১৯১ নিযুত যিটো সংখ্যা ২০০৬ চনত বৰ্দ্ধিত হৈ ২০৩.৬ নিযুত। ইয়াৰ ভিতৰত হিন্দী ভাষাৰ কাকত ‘দৈনিক জাগৰণ’ পঢ়িছিল ২১.২ নিযুত আৰু ‘দৈনিক ভাস্কৰ’ নামৰ কাকতখন পঢ়িছিল ২১.০ নিযুত লোকে। সেই সময়ত এই দুই খনৰ পঢ়ুৱৈৰ সংখ্যা আটাইতকৈ বেছি আছিল।

ইয়াৰ বিপৰীতে ইংৰাজী ভাষাৰ কাকত পঢ়া লোকৰ মুঠ সংখ্যা আছিল ২১ নিযুত। এই ইংৰাজী কাকতবোৰৰ ভিতৰত “The Times of India” খন পঢ়িছিল প্ৰায় ৭.৪ নিযুত লোকে। যি কি নহওঁক সেই সময়ত দেশত ১৮ খন কাকতৰ প্ৰত্যেকৰে ৫ নিযুতৰ বেছি পঢ়ুৱৈৰ সংখ্যা আছিল। এই ১৮ খন কাকতৰ ৬ খন হিন্দী ভাষাৰ, ৩ খন তামিল ভাষাৰ, গুজৰাটী, মাৰাঠী আৰু মালায়ালাম ভাষাৰ প্ৰত্যেকৰে দুখনকৈ, বঙালী, তেলেগু আৰু ইংৰাজী ভাষাৰ এখনকৈ কাকত আছিল।

(উৎস : The Hindu, Delhi, August 30, 2006)

বক্সনী ৭.১০

ইংৰাজী কাকতবোৰ যিবোৰ সাধাৰণতে ৰাষ্ট্ৰীয় দৈনিক (national dailies) বুলিয়েই জনা যায়, এইবোৰ ভাৰতবৰ্ষৰ বিভিন্ন প্ৰান্তত বিতৰণ আৰু প্ৰচাৰ হ'বলৈ ধৰিছে। তেনেদৰেই মাতৃভাষাৰ কাকত সমূহো ৰাজ্যৰ গ্ৰাম্য সমাজত বহুলভাৱে প্ৰচাৰিত হৈছে। প্ৰযুক্তি কৌশলৰ ব্যাপক প্ৰচাৰৰ লগত ফেৰ মাৰিবলৈ ইংৰাজী কাকতবোৰে এহাতেদি ইয়াৰ মূল্য কমাই ৰাখিছে আৰু অন্যহাতেদি একে সময়তে দেশৰ বিভিন্ন কেন্দ্ৰৰ পৰা প্ৰচাৰৰ দিহা কৰিছে।

ক্ৰিয়াকলাপ ৭.৪

- ১) তোমালোকে জনামতে দেশৰ কোন কোন কেন্দ্ৰৰ পৰা বাতৰি কাকত প্ৰচাৰ হৈ আছে, তাৰ এখন তালিকা প্ৰস্তুত কৰা।
- ২) কাকতবোৰে প্ৰকাশ কৰা পৰিপূৰিকা সংখ্যা (supplements) বোৰ তোমালোকে লক্ষ্য কৰিছানে? এইবোৰে কোনবিধৰ ঘটনা ৰাজিৰ প্ৰতি মনোযোগ দিয়ে চহৰ বা নগৰকেন্দ্ৰিক বা গাওঁকেন্দ্ৰিক?
- ৩) বাতৰি কাকতবোৰে বাণিজ্যিক পৰিপূৰিকা (Commercial supplements) প্ৰচাৰৰ দিহা কৰাটো মন কৰিছানে?

সংবাদ পত্ৰ উৎপাদনৰ পৰিবৰ্তনত প্ৰযুক্তিবিদ্যাৰ ভূমিকা (Changes in Newspaper Production : The Role of Technology)

বন্ধনী ৭.১১

নতুন প্ৰযুক্তিবিদ্যাৰ প্ৰভাৱত ১৯৮০ চনৰ শেষৰ ফালে আৰু ১৯৯০ চনৰ প্ৰথমভাগৰ ভিতৰত বাতৰি কাকতৰ উৎপাদন প্ৰক্ৰিয়াটোলৈ এক নতুন ৰূপ আহি পৰে। সেয়া হ'ল সংবাদদাতাসকলৰ মেজৰপৰা আৰম্ভ কৰি অন্তিম পৃষ্ঠাৰ সংশোধন পৰ্যায়লৈকে এই সমগ্ৰ প্ৰক্ৰিয়াটো নতুন প্ৰযুক্তিবিদ্যা প্ৰয়োগৰ সহায়ত এক স্বয়ংক্ৰিয় ৰূপ পায়। অৰ্থাৎ স্বয়ংচালিত যন্ত্ৰৰ মাধ্যমেৰে ক্ৰমান্বয়ে প্ৰথমৰ পৰা চুড়ান্ত পৰ্যায়লৈকে এটাৰ পৰা আনটো কাম একেৰাহে হৈ থাকিব পৰা হ'ল। ফলত মূল বাতৰিকাকতখনৰ বাহিৰে অন্যান্য কামত কাগজ ব্যৱহাৰ প্ৰায় নোহোৱা হ'ল। এই সুদূৰ প্ৰসাৰী উন্নয়নৰ মূলতে হ'ল দুই প্ৰযুক্তিৰ ব্যৱহাৰ। প্ৰথমটো হ'ল ব্যক্তিগত কম্পিউটাৰৰ সংযোগ (network of personal computer) যিবোৰ প্ৰক্ৰিয়া LANS (local area networks), অৰ্থাৎ নিৰ্দিষ্ট ঠাইৰ ভিতৰৰ, কম্পিউটাৰবোৰৰ সংযোগ কৰা আৰু দ্বিতীয়তে, 'news maker' ৰ দৰে বাতৰি তৈয়াৰ কৰিব পৰা (software) ৰ ব্যৱহাৰ।

এই নতুন প্ৰযুক্তিবিদ্যাৰ প্ৰয়োগে সংবাদসেৱী সকলৰ ভূমিকা আৰু কাৰ্যপ্ৰণালীলৈ আমূল পৰিৱৰ্তন আনে। এজন সাংবাদিকৰ ব্যৱহাৰ্য সামগ্ৰীৰ ভিতৰত আছিল এখন সৰু বহী, এটা কলম, এটা টাইপাৰইটাৰ আৰু এটা পুৰণি আৰ্হিৰ টেলিফোন। কিন্তু শেষৰ ফালে সেইবোৰ বস্তুতকৈ অধিক ব্যৱহাৰ হবলৈ ধৰে টেপৰেকৰ্ডাৰ, লেপটপ, ব্যক্তিগত কম্পিউটাৰ (PC), ম'বাইল ফোন আৰু কিছু উচ্চ প্ৰযুক্তি সম্পন্ন বস্তু। বাতৰি সংগ্ৰহৰ ক্ষেত্ৰত এইবোৰ কৌশল প্ৰয়োগ সংবাদ পত্ৰৰ প্ৰসাৰতাত ক্ষিপ্ৰ গতি আনি দিয়াৰ লগতে সংবাদ পত্ৰ উৎপাদনৰ প্ৰতিষ্ঠান সমূহলৈ যথেষ্ট সজীৱতা কঢ়িয়াই আনিলে। ফলস্বৰূপে বাতৰি কাকতৰ প্ৰতিষ্ঠানসমূহে ভিন ভিন ঠাইৰ পৰা ভিন্ন সংস্কৰণ প্ৰকাশ কৰিবলৈ সক্ষম হৈছে।



এনেধৰণৰ প্ৰযুক্তি বিদ্যাৰ প্ৰয়োগৰ ফলত বাতৰি কাকতৰ প্ৰতিষ্ঠানবোৰে বিভিন্ন ভাষাৰ পঢ়ুৱৈক উপকৃত কৰিব পৰাকৈ বিভিন্ন ভাষাৰ কাকতো প্ৰকাশ কৰিবলৈ সক্ষম হ'ল। এই প্ৰসঙ্গত মীৰাটৰ পৰা প্ৰকাশ পোৱা কাকত 'অমৰ উজ্জ্বলা' (Amar Ujala) কাকত খনৰ কথা কব পাৰি। এই কাকত খনত প্ৰায় এশজন সংবাদ দাতাৰ লগতে বহু সংখ্যক কৰ্মচাৰী আৰু চিত্ৰ গ্ৰহণকাৰী সাঙোৰ খাই আছে। ইয়াৰ জৰিয়তে তেওঁলোকে ১৩ টা সংস্কৰণেৰে উত্তৰ প্ৰদেশ আৰু উত্তৰাঞ্চলৰ বিভিন্ন ঠাইত কাকত খনৰ সম্প্ৰসাৰণ কৰিব পাৰিছে।

বহুতেই সন্দেহ কৰিছিল যে ইলেকট্ৰনিক মাধ্যমৰ উত্থানে গণ মাধ্যমৰ আৰোহণত কিছু প্ৰভাৱ পেলাব পাৰে। কিন্তু বাস্তৱত সেয়া হৈ উঠা নাই। বৰঞ্চ সমান্তৰাল ভাৱে ছপা মাধ্যমেও প্ৰসাৰতা লাভ কৰিছে। অৱশ্যে ছপা মাধ্যমে সুকলমে বাতৰি কাকত প্ৰকাশ কৰোঁতে বিজ্ঞাপনে বহুখিনি সহায় কৰে। কিয়নো বিজ্ঞাপনদাতাসকলে কাকতত বিজ্ঞাপন দিয়াৰ লগে লগে কাকত গোষ্ঠীক নিৰ্দিষ্ট অৰ্থ দিব লগীয়া হয় আৰু তাৰ যোগে কাকত গোষ্ঠীৰ আৰ্থিক সহায় হয়। তলৰ বন্ধনীৰ কথাখিনিয়ে এনে ধৰণৰ যুক্তি দাঙি ধৰিব।

গণ মাধ্যমৰ এজন পৰিচালকৰ উক্তি (A media manager explains)

বন্ধনী ৭.১২

ছপা মাধ্যমৰ এটা প্ৰধান সমস্যা হৈছে কাকত আৰু আলোচনী উৎপাদনত অধিক ব্যয়। বাতৰি কাকত বা আলোচনীত ধাৰ্য কৰা মূল্যই এই সকলোবোৰ খৰচ সাঙুৰি লব নোৱাৰে। অৰ্থাৎ কাকত বা আলোচনী খন বিক্ৰী কৰি পোৱা আয়তকৈ উৎপাদন ব্যয় অধিক হয়। যদি কাকতখন উৎপাদন কৰোঁতে ব্যয় হয় ৫ টকা আৰু বেচিব লাগে ২ টকাত, তেতিয়া ই নিশ্চয়কৈ অধিক ৰাজ সাহায্যত বেচিব লাগিব। সেইবাবে উপৰুৱা খৰচখিনি জোৰা মাৰিবৰ বাবে বিজ্ঞাপন আদিত নিৰ্ভৰ কৰিব লাগে।

গতিকে বিজ্ঞাপন দাতাসকলহে ছপা মাধ্যমৰ প্ৰাথমিক গ্ৰাহক। ছপা মাধ্যম প্ৰতিষ্ঠানৰ সেই সময়ৰ পৰিচালকজনে বাতৰি কাকত আৰু বিজ্ঞাপনদাতাসকলৰ ভূমিকাৰ বিষয়ে উল্লেখ কৰি কৈছিল “যোৱা কেইসপ্তাহমান মই দেশৰ প্ৰধান ইংৰাজী দৈনিক কাকতবোৰ চাইছো। বিশেষকৈ গ্ৰাম্য অঞ্চল, সৰু নগৰ অথবা নগৰ অঞ্চলত বাঢ়ি অহা বস্তি এলেকাবোৰৰ (Slums) বিষয়ে যুগুত কৰা আলোচ্য প্ৰবন্ধবোৰ। আমাৰ দেশৰ প্ৰায় ৭০ শতাংশ লোক এইবোৰত বসবাস কৰে। মই ভাৱো ৰাষ্ট্ৰীয় দৈনিক কাকত সমূহে সেই বিষয়ে উপযুক্ত তথ্য সম্ভাৰ যোগান ধৰিব লাগে যাতে দেশৰ নীতি নিৰ্ধাৰণকাৰীসকল, ৰাজনীতিবিদ, শিক্ষাবিদ তথা সাংবাদিকসকলৰ দৃষ্টি আকৰ্ষণ কৰিব পাৰে। কাৰণ এই সকলৰ দৃষ্টিয়ে চৰকাৰী কাৰ্যব্যৱস্থাৰ ওপৰত অতন্ত্ৰ প্ৰহৰীৰূপে কাম কৰি থাকিব পাৰে, যিটো তথাকথিত গণতান্ত্ৰিক ব্যৱস্থাত চতুৰ্থ স্তম্ভ (Fourth Estate) বুলি অভিহিত কৰা হয়”।

Chaudhury 2005 : 199-226

বাতৰি কাকতবোৰৰ অহৰহ প্ৰচেষ্টা হৈছে ইয়াৰ পঢ়ুৱৈৰ সংখ্যা বৃদ্ধি কৰা আৰু জনগণৰ ওচৰ চপা। এটা কথা প্ৰায়েই কোৱা হয় যে বাতৰি কাকত পঢ়াৰ ৰুচি প্ৰায়ে পৰিৱৰ্তন হৈ থাকে। বয়োজেষ্ঠ সকলে সংবাদ পত্ৰখন সামগ্ৰীক ভাৱে অধ্যয়ন কৰে যদিও নৱ প্ৰজন্মৰ পঢ়ুৱৈসকলে ক্ৰীড়া, অৱসৰ বিনোদন, খুছতীয়া আড্ডা আদিৰ বিষয়েহে মনোযোগ দিয়া দেখা যায় আৰু কাকত খন হাতত লৈ সেই শিতানসমূহ থকা পৃষ্ঠাবোৰ চোৱা পৰিলক্ষিত হয়। পঢ়ুৱৈৰ মাজত বহু বিভক্ত আকৰ্ষণ হোৱাটোৱে ইয়াকে সূচায় যে সংবাদ পত্ৰই বিভিন্ন লোকৰ মনোযোগ আকৰ্ষণ কৰিব পৰাকৈ শিতানবোৰ প্ৰস্তুত কৰিব লাগে। এনে উদ্দেশ্য আগত ৰাখিয়েই সংবাদ পত্ৰই সংবাদ বিনোদন (infotainment) ৰ দৰে এক সংমিশ্ৰিত শিতান সৃষ্টি কৰি পঢ়ুৱৈক আকৃষ্ট কৰিব পাৰে। কোনো নিৰ্দিষ্ট পৰম্পৰাক আধাৰ হিচাপে লৈ সংবাদপত্ৰ উৎপাদনত মনোনিৱেশ কৰা নহয়। বাতৰি কাকতক সেয়েহে উপভোক্তাৰ সামগ্ৰীৰূপে গণ্য কৰা হয় আৰু কাকতৰ উৎপাদন যিমানেই বৃদ্ধি হয়, সিমানেই বিক্ৰীও হয়।

বন্ধনী ৭.১৩

বন্ধনী ৭.১৩ ৰ অনুশীলনী

ওপৰৰ টোকাটো মনোযোগেৰে পঢ়া আৰু তলৰ প্ৰশ্নবোৰৰ উত্তৰ দিয়া

- ১) কাকতৰ পঢ়ুৱৈ পৰিৱৰ্তন হৈছেনে নে কাকতবোৰ পৰিৱৰ্তন হৈছে? আলোচনা কৰা।
- ২) ‘সংবাদ বিনোদন’ শব্দটি আলোচনা কৰা। ইয়াৰ উদাহৰণ ভাৱি পাৰানে? সংবাদ বিনোদনৰ প্ৰতিক্ৰিয়া কি বুলি ভাৱিব পাৰা?

দূৰদৰ্শন (Television)

১৯৯১ চনত ভাৰতত ‘দূৰদৰ্শন’ নামেৰে কেৱল মাত্ৰ এটা TV চেনেল আছিল। ১৯৯৮ চনত এই সংখ্যা বাঢ়ি গৈ প্ৰায় ৭০ টা চেনেল হয়গৈ। ১৯৯০ চনৰ মাজভাগৰ পৰা ব্যক্তিগত খণ্ডৰ চেটেলাইট চেনেলৰ সংখ্যা খৰতকীয়া গতিত বাঢ়িবলৈ ধৰে। দূৰদৰ্শন



প্ৰচাৰ মাধ্যমে ২০ টা চেনেলৰ যোগেদি প্ৰচাৰ কৰাৰ বিপৰীতে ২০০০ চনত প্ৰায় ৪০ টা ব্যক্তিগত টেলিভিচন নেটৱৰ্ক কাম কৰিবলৈ ধৰে। সমসাময়িক ভাৰতবৰ্ষত ব্যক্তিগত খণ্ডৰ চেটেলাইট টেলিভিচনৰ বৃদ্ধি অতি উৎসাহজনক বুলিব পাৰি। ২০০২ চনত দেশত প্ৰায় ১৩৪ নিযুত মানুহে গড়ে প্ৰতি সপ্তাহত চেটেলাইট TV ৰ উপভোগ কৰিবলৈ ধৰে। ২০০৫ চনত এই সংখ্যা বাঢ়ি গৈ প্ৰায় ১৯০ নিযুত হয়গৈ। ঘৰ হিচাপত চেটেলাইট TV উপাভোক্তাৰ সংখ্যা ২০০২ চনৰ ৪০ নিযুতৰ পৰা বাঢ়ি গৈ ২০০৫ চনত এই সংখ্যা হয়গৈ ৬১ নিযুত।

১৯৯১ চনৰ উপসাগৰীয় যুদ্ধৰ (The Gulf War) বৰ্ণনা কৰা CNN কেন্দ্ৰ আৰু সেই একে বছৰতে হংকঙৰ Whampoa Hut

chinson গোষ্ঠীৰ দ্বাৰা আৰম্ভ কৰা Star TV ভাৰতবৰ্ষতো উপগ্ৰহ পৰিচালিত ব্যক্তিগত টেলিভিচন কেন্দ্ৰবোৰত জনপ্ৰিয় হৈ পৰে। ১৯৯২ চনত হিন্দী ভাষাৰ ব্যক্তিগত কেন্দ্ৰ Zee TV য়ে মনোৰঞ্জনৰ কাৰ্যসূচীও সম্প্ৰচাৰ আৰম্ভ কৰে। ইয়াৰ পাছত ২০০০ চনত দেশত প্ৰায় ৪০ টা ব্যক্তিগত কেন্দ্ৰ প্ৰতিষ্ঠা হ’ল। ইয়াৰে বহু কেন্দ্ৰই বিস্তৃতভাৱে ভাৰতীয়

আঞ্চলিক ভাষাৰ কাৰ্যসূচী সম্প্ৰচাৰ কৰিছিল। এইবোৰৰ ভিতৰত আছিল প্ৰধানকৈ Sun-TV, Eenadu-TV, Udaya-TV, Raj-TV, Asianet ইত্যাদি। একে সময়তে Zee-TV ত কিছুমান আঞ্চলিক ভাষাৰ অনুষ্ঠানো সম্প্ৰচাৰ কৰিছিল। এইবোৰৰ ভিতৰত মাৰাঠী, বঙালী আৰু অন্যান্য ভাষাৰ।

ৰাষ্ট্ৰীয় টেলিভিচন কেন্দ্ৰ দূৰদৰ্শনে ১৯৮০ চন মানত ব্যাপক ভাৱে প্ৰসাৰতা আৰু জনপ্ৰিয়তা অৰ্জন কৰিছিল। সেই সময়তে দেশৰ কিছুমান মহানগৰত কেইবলু টেলিভিচন উদ্যোগে কাঠফুলা বঢ়াদি ক্ষিপ্ৰভাৱে প্ৰসাৰতা লাভ কৰিছিল। লাহে লাহে VCR ৰ সহায়ত দূৰদৰ্শনৰ উপভোক্তা সকলে মনোৰঞ্জনৰ বিভিন্ন কাৰ্যসূচী উপভোগ কৰিব পৰা হ'ল। কাৰ্যসূচীবোৰৰ ভিতৰত প্ৰধানকৈ দেশী বিদেশী বোলছবি মানুহৰ মাজত অধিক ভাৱে জনপ্ৰিয়তা লাভ কৰিবলৈ ধৰে। ১৯৮৪ চনৰ ভিতৰত মুম্বাই আৰু আহমেদাবাদ চহৰত এই ক্ষেত্ৰত বহু উদ্যোগী ব্যক্তি (entrepreneur) সৃষ্টি কৰিলে। ঠিক তেনেদৰে কেইবলু অপাৰেটৰ সংখ্যাও ১৯৮৪ চনৰ ১০০ জনৰ পৰা বাঢ়ি গৈ ১৯৮৮ চনত ১২০০ জন হয়, ১৯৯২ চনত ১৫,০০০ জন আৰু ১৯৯৯ চনত হয়গৈ ৬০,০০০ জন।

বহিঃৰাষ্ট্ৰ কোম্পানীবোৰ যেনে Star-TV, MTV, Channel (V), Sony আৰু অন্যান্য ভালেমান কেন্দ্ৰ উপভোগৰ দ্বাৰা আমাৰ দেশৰ যুৱ সমাজ তথা ভাৰতীয় সংস্কৃতি সংকটৰ সন্মুখীন হ'ব বুলি বহুলোকে আশংকা কৰিছিল। পিছে এই কেন্দ্ৰবোৰে মাজে মাজে হিন্দী ভাষাতো অনুষ্ঠান সম্প্ৰচাৰ কৰি সেই সন্দেহ বহু পৰিমাণে কমাই দিলে। আৰম্ভণিতে Sony চেনেলে সপ্তাহত দহ খনেই হিন্দী বোলছবি প্ৰচাৰৰ দিহা কৰিছিল যদিও পিচলৈ হিন্দী ভাষাৰ নিজা অনুষ্ঠান প্ৰচাৰৰ কাৰ্যসূচী ল'বলৈ ধৰে।

সম্ভৱত Star-TV য়েই স্থানীয় ভাষাৰ অনুষ্ঠানবোৰৰ সম্প্ৰচাৰ অধিক মনোগ্ৰাহী ৰূপত দাঙি ধৰিব পাৰিছিল। ১৯৯৬ চনৰ অক্টোবৰ মাহত হংকঙৰ পৰা প্ৰচাৰ আৰম্ভ কৰা Star Plus চেনেলটোৰ জৰিয়তে নিতৌ সন্ধিয়া ৭ বজাৰ পৰা ৯ বজালৈ দুঘণ্টা জোৰা হিন্দী অনুষ্ঠান সম্প্ৰচাৰ কৰিছিল। পিচত ১৯৯৯ চনৰ ফেব্ৰুৱাৰী মাহত এই চেনেলটো সম্পূৰ্ণকৈ হিন্দী ভাষালৈ পৰিৱৰ্তিত হৈ পৰিল। এই পৰিৱৰ্তিত সময়ছোৱাত চেনেলটোৰ আকৰ্ষণীয় শ্ল'গান হৈছে (Hinglish slogan)- Aapki Boli - Aapka Plus Point (Butcher 2003)। Star আৰু Sony এই দুয়োটা চেনেলে নতুন প্ৰজন্মৰ মনোৰঞ্জনৰ বাবে আমেৰিকাৰ কিছুমান TV প্ৰগেম হিন্দী ভাষালৈ ৰূপান্তৰ কৰি (dub) সম্প্ৰচাৰৰ দিহা কৰিছিল। দূৰদৰ্শনৰ এনেধৰণৰ অনুষ্ঠান তোমালোকে কেতিয়াবা উপভোগ কৰিছানে? এইবোৰ উপভোগ কৰিলে কেনেকুৱা অনুভৱ হয়?

প্ৰিন্স নামৰ শিশুটিৰ উদ্ধাৰ আৰু দূৰদৰ্শন (The Rescue of Prince)

বন্ধনী ৭.১৪

হাৰিয়ানাৰ কুৰুক্ষেত্ৰৰ আলদেহাৰ্হি গাঁৱত প্ৰিন্স নামৰ ৫ বছৰীয়া ল'ৰা এটা ৫৫ ফুট দ গাঁত এটাত পৰাৰ পাছত প্ৰায় ৫০ ঘণ্টা যুঁজি সেনা বাহিনীয়ে উদ্ধাৰ কৰাৰ কথা আমি সকলোৱে জানো। সেনা বাহিনীয়ে সেই দ গাঁতটোৰ সমান্তৰালভাৱে তাৰ কাষতে আন এটি গাঁত খান্দি শিশুটিক উদ্ধাৰ কৰিছিল। শিশুটিক উদ্ধাৰ কৰা সমগ্ৰ দৃশ্য বাতৰি যোগান ধৰা দুটা কেন্দ্ৰই সম্প্ৰচাৰ কৰিছিল। এই কাৰ্য কৰোঁতে সেই চেনেল দুটাই আন সকলো কাৰ্যসূচী বাদ দি দুদিন ধৰি শিশুটিৰ চাল-চলন, কীট-পতংগৰ সৈতে কৰা সহবাস, মাকৰ পৰা আঁতৰি থকাৰ হেতু কন্দাৰ দৃশ্য দূৰদৰ্শনৰ পৰ্দাত সম্প্ৰচাৰ হৈছিল। এই দৃশ্যবোৰ লবলৈ যাওঁতে এই চেনেল দুটাই সেই গাঁতটোৰ ভিতৰত এটা ক্ল'জ চাৰ্কিট টেলিভিচন কেমেৰা (CCTV) স্থাপন কৰি লৈছিল। এই চেনেল দুটাই আনকি গাঁতটোৰ ওচৰে পাজৰে থকা উৎসুক লোকসকলৰ সাক্ষাৎকাৰ লৈ সুধিছিল যে-তেওঁলোকে প্ৰিন্সক লৈ কি ভাৱে? এই ঠাইডোখৰত হাজাৰ হাজাৰ মানুহৰ সমাগম হৈছিল, সেয়ে দুদিনৰ বাবে সুলভ মূল্যৰ খাদ্যৰ ব্যৱস্থাও কৰা হৈছিল। সমগ্ৰ দেশ সেই দুদিনৰ বাবে উৎসুক লোকেৰে ভৰি পৰিছিল আৰু বহুলোকে মন্দিৰ, মছজিদ, গুৰদ্বাৰা, গীৰ্জাত প্ৰিন্সৰ নিৰাপদ উদ্ধাৰৰ কামনা কৰি প্ৰাৰ্থনা কৰিছিল। দূৰদৰ্শনত মানুহৰ জীৱন সম্পৰ্কীয় এনে বহু দৃশ্যই সম্প্ৰচাৰিত হয়।

বন্ধনী ৭.১৪ ৰ অনুশীলনী

তোমালোকে হয়ত্ৰে দূৰদৰ্শনত প্ৰিন্সক উদ্ধাৰ কৰা অভিযানৰ দৃশ্য চাইছিল। যদি নাই চোৱা তেন্তে তোমালোকে এনে এটি ঘটনা বাছি ল'ব পাৰা আৰু তাৰ ওপৰত ভিত্তি কৰি নিম্ন উল্লেখিত বিষয় কেইটি লৈ শ্ৰেণী কোঠাৰ এখনি তৰ্ক প্ৰতিযোগিতা আয়োজন কৰা।

- ১) দৰ্শকৰ সংখ্যা বৃদ্ধি কৰিবৰ বাবেই এইদৰে ঘটনা এটাৰ পোনপটীয়া সম্প্ৰচাৰে চেনেলবোৰক শ্ৰেষ্ঠত্ব প্ৰতিপন্ন কৰাত সহায় কৰেনে নকৰে?
- ২) দূৰদৰ্শনৰ কেমেৰাৰে সম্প্ৰচাৰ কৰা এনে ঘটনাত বহু সময়ত আনৰ ব্যক্তিগত মুহূৰ্তও সম্প্ৰচাৰ হয়। এই কাৰ্য আনৰ ব্যক্তিগত স্বাধীনতা খৰব কৰা কাৰ্য বুলি ভাৱিব পাৰিনে?
- ৩) গাঁৱৰ দুখীয়ালোকসকলৰ দূৰদৰ্শক গুৰুত্ব প্ৰদান কৰি সম্প্ৰচাৰ কৰাটো দূৰদৰ্শন মাধ্যমৰ ধনাত্মক ভূমিকাৰ এটা উদাহৰণ নেকি?

দূৰদৰ্শনৰ ভালেমান চেনেল ২৪ ঘণ্টা ধৰি চলি থাকে। এই চেনেলবোৰৰ বাতৰিবোৰ জীৱন্ত ৰূপত চলাই থাকিবলৈ প্ৰয়াস কৰা হয়। দূৰদৰ্শনে অনেক সময়ত কথোপকথন বা বাকবিতণ্ডাও প্ৰচাৰ কৰে।

হিন্দী আৰু ইংৰাজী ভাষাৰ এক বুজন সংখ্যক বাতৰি চেনেল আছে। লগতে আঞ্চলিক কেন্দ্ৰও আছে। ভালেমান কেন্দ্ৰই ৰিয়েলিটি শ্ব, আলোচনা বা কথোপকথন,

সাক্ষাৎকাৰ, বলীউডৰ অনুষ্ঠান, ব্যংগ অনুষ্ঠান, ক্ৰীড়াৰ শিতান আদি সম্প্ৰচাৰ কৰে। বিনোদন মূলক কেন্দ্ৰবোৰে শীৰ্ষ তাৰকা (superstar) সৃষ্টি কৰাত গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা লৈছে আৰু এইবোৰৰ বিষয়ে কাকত, আলোচনী লিখি বহুতেই অৰ্থ উপাৰ্জন কৰিছে। ‘কৌন বনেগা কড়ৌৰ পতি’, ‘ইণ্ডিয়ান আইডল’, ‘বিগ বছ’ ইত্যাদিৰ দৰে ৰিয়েলিটি শ্ব’বোৰে ক্ৰমশঃ জনপ্ৰিয়তা অৰ্জন কৰিছে। এইবোৰৰ অধিক সংখ্যকেই পশ্চিমীয়া অনুষ্ঠানৰ আৰ্হিত অনুষ্ঠান পৰিবেশন কৰে।

ধাৰাবাহিক (soap opera)

বন্ধনী ৭.১৫

ধাৰাবাহিকবোৰ হ’ল কিছুমান কাহিনী যিবোৰ কেতিয়াবা অতিৰঞ্জিত হিচাপে উপস্থাপন হয়। কিছুমান ধাৰাবাহিক ইমানেই দীঘলীয়া হয় যে কাহিনীভাগ অত্যধিক দীঘলীয়া হৈ গৈ থাকে আৰু নিয়মীয়া দৰ্শকসকলে কাহিনীৰ চৰিত্ৰবোৰৰ লগত সহজেই পৰিচালিত হোৱা যেন লাগে।

ৰেডিঅ’ (Radio)

২০০০ চনত অনাতাঁৰ কেন্দ্ৰৰ প্ৰচাৰ (All India Radio AIR) ভাৰতৰ প্ৰায় দুই-তৃতীয়াংশ বাসগৃহত ২৪ টা ভাষা আৰু ১৪৬ টা উপভাষাত উপভোগ কৰিব পৰা গৈছিল। সেই সময়ৰ হিচাপ মতে দেশত প্ৰায় ১২০ নিযুত ৰেডিঅ’ চেট ব্যৱহাৰ হৈছিল। ২০০২ চনৰ তথ্যমতে ব্যক্তিগত মালিকাধীন FM ৰেডিঅ’ৰ যোগে মনোৰঞ্জনমূলক অনুষ্ঠান পৰিবেশনে যথেষ্ট জনপ্ৰিয়তা অৰ্জন কৰিছিল। FM ৰেডিঅ’ক কোনো ৰাজনৈতিক বিষয়ৰ বাতৰি প্ৰচাৰৰ অনুমতি দিয়া হোৱা নাছিল। সেয়েহে শ্ৰোতাক ধৰি ৰাখিবৰ বাবে এই কেন্দ্ৰসমূহে জনপ্ৰিয় সংগীতবোৰ প্ৰচাৰ কৰাত অধিক মনোনিৱেশ কৰিছিল।

বৃত্তিধাৰী নগৰীয়া যুৱক-যুৱতী তথা ছাত্ৰ-ছাত্ৰী সকলৰ বহুতেই FM কেন্দ্ৰৰ যোগেদি প্ৰচাৰিত গীত-মাত বেছিকৈ শুনে। প্ৰায়বোৰ FM ৰেডিঅ’ আন কেতবোৰ প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ লগত সাঙোৰ খাই থাকে। যেনে- Times of India গোষ্ঠীৰ লগত ‘Radio Mirchi’, Living Media গোষ্ঠীৰ মালিকাধীন হৈছে ‘Red FM’, Star Network ৰ মালিকাধীন হৈছে-

Can you talk your walk? GenZ has tuned into a new career

RADIO GA GA!

Mallika Nanda

I'd sit alone and watch your light. My only friend through teenage nights. And everything I had to know, I heard it on my radio. You had your time, you had the power. You're yet to have your finest hour. Radio... Radio Ga Ga...

Long ago when Queen's Freddie Mercury sung 'Radio Ga Ga', maybe it was a subtle reference to the finest hour which we are witnessing now — the radio boom which is loud and clear. This boom has made radio jockeying the coolest career option for the hip and happening GenZ. And if seeing is believing, the incessant rush of wannabe-RJs who thronged the Fever 104 stall at the recently-held HT Youth Nexus made our conviction further stronger. The fever is certainly on the rise.

It's the right choice
But what has made RJing the coolest choice? Perhaps, it is the rising level of awareness among youngsters, who want something more and extraordinary when it comes to career. No run of the mill stuff for them because they are willing to risk and experiment. As actress Priya Zinta who



'Radio city' আদি। কিন্তু আমেৰিকাৰ National Public Radio, বৃটেইনৰ BBC আদি ৰাজহুৱা খণ্ডৰ স্বতন্ত্ৰ কেন্দ্ৰবোৰৰ অনুষ্ঠানবোৰ শোতাই শুনিবলৈ প্ৰায়ে এৰি দিয়ে।

'Rang de Basanti' আৰু 'Loge Raho Munna Bhai' নামৰ বোলছবি দুখনত ৰেডিঅ'ক যোগাযোগৰ এক সক্ৰিয় মাধ্যমৰূপে ব্যৱহাৰ হৈছে। 'Rang de Basanti' ত এখন মহাবিদ্যালয়ৰ সৎ আৰু খঙাল যুৱকসকলে ভগত সিঙৰ দ্বাৰা অনুপ্ৰাণিত হৈ প্ৰথমে এজন মন্ত্ৰীক হত্যা কৰে আৰু তাৰ পাচত অ'ল ইণ্ডিয়া ৰেডিঅ'ৰ যোগে সেই বাৰ্তা জনসাধাৰণৰ মাজত প্ৰচাৰ কৰে। আনহাতে 'Lage Raho Munna Bhai' বোলছবিখনত ৰেডিঅ' ঘোষিকা ৰূপে অভিনয় কৰা নায়িকা গৰাকীয়ে মৰম সনা আৰু শূৱলা মাতেৰে "Good Morning Mumbai!" বুলি সম্বোধন কৰি দেশৰ জনসাধাৰণক সাৰ পোৱায়। নায়কজনেও এজনী ছোৱালীৰ জীৱন ৰক্ষাৰ স্বাৰ্থত অনাতাঁৰ কেন্দ্ৰৰ সহায় লয়।

FM চেনেল ব্যৱহাৰ হোৱাৰ বিপুল সম্ভাৱনা আছে। তদুপৰি অনাতাঁৰ কেন্দ্ৰসমূহৰ ব্যক্তিগতকৰণ আৰু সমূহীয়া অনাতাঁৰ কেন্দ্ৰৰ উদ্ভৱে অনাতাঁৰ কেন্দ্ৰৰ বিকাশত আগভাগ ল'ব। স্থানীয় বাতৰিৰ চাহিদা বাঢ়ি আহিছে। ঘৰ হিচাপত ভাৰতত FM ৰ শোতাৰ সংখ্যায়েও পৃথিৱী ব্যাপী থকা নেটৱৰ্কৰ সলনি স্থানীয় ৰেডিঅ'ক প্ৰতিস্থাপিত কৰাৰ প্ৰৱণতাত সমল যোগাইছে। তলৰ বন্ধনীত উল্লেখিত কথাখিনিয়ে অকল এজন গাঁৱলীয়া ল'ৰাৰ সৃজনশীলতাকেই নহয় লগতে স্থানীয় সংস্কৃতিকো আমোদ-প্ৰমোদৰ খোৰাক হিচাপে ব্যৱহাৰ কৰাৰ প্ৰয়োজনীয়তাক প্ৰকাশ কৰিছে।

এচিয়া উপমহাদেশত একমাত্ৰ FM ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰটো

বন্ধনী ৭.১৬

BBC News ত প্ৰকাশিত অমৰনাথ তিৱাৰী নামৰ এজন লোকৰ সংবাদ

পৰিবেশনৰ পৰা জানিব পৰা গৈছে যে উত্তৰ ভাৰতৰ ৰাজ্য বিহাৰত এটি এফ্‌ এম্‌ ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰ পৰিচালনা কৰিছিল ৰাঘৱ মাহাতো নামৰ এজন যুৱকে। ৰাঘৱ মাহাতোৱে প্ৰতি পুৱাই ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰটি চলাবলৈ সাজু হৈছিল। তেওঁ এই কেন্দ্ৰটি চলাইছিল তেওঁৰ নিজা 'প্ৰিয়া' নামৰ এখন বৈদ্যুতিক সামগ্ৰী মেৰামতি কৰা দোকানৰ পৰা। এই ক্ষেত্ৰত তেওঁৰ সহযোগী আছিল তেওঁৰ বন্ধু সন্ধ্যু। যি কি নহওঁক প্ৰতি পুৱাই তেওঁৰ সৰু দোকানৰ লগতে একেলগে চলোৱা ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰটিলৈ সেই কেন্দ্ৰৰ ২০ কিঃমিঃ (১২ মাইল) ব্যাসাৰ্দ্ধৰ হাজাৰ হাজাৰ গঞালোকে তেওঁলোকৰ ৰেডিঅ'ৰ নিৰ্দিষ্ট ঠাইত মিটাৰ লগাৰ লগে লগেই ৰেডিঅ'ত এজন যুৱকৰ বিশ্বাসপূৰ্ণ কণ্ঠস্বৰত শুনা যায় "সু-প্ৰভাত! ৰাঘৱ এফ্‌ এম্‌ মনচুৰপুৰ-১ লৈ স্বাগতম। এতিয়া আপোনালোকে আপোনালোকৰ প্ৰিয় গীত শুনক।" ইয়াৰ লগে লগে বন্ধু সন্ধ্যুৱে ৰাঘৱক গীত প্ৰচাৰত সহায় কৰি যায়।

পিছৰ ১২ ঘণ্টাত ৰাঘৱ মাহাতোৰ এফ্‌ এম্‌ ৰেডিঅ' ষ্টেচনে বোলছবিৰ গীত পৰিবেশনৰ মাজে মাজে এইচ্‌ আই ভি, পলিঅ', স্থানীয় কিছু আমোদজনক বাতৰি, শিশু হেৰৱাৰ

বিষয়ত সতৰ্কতা, নতুন স্থানীয় দোকানৰ আৰম্ভণি ইত্যাদিৰ ওপৰত বাৰ্তা প্ৰচাৰ কৰে।

ৰাঘৱ শিক্ষিত নাছিল। কিন্তু ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰটোৰ যোগে তেওঁ ইমানেই জনপ্ৰিয় হৈছিল যে-সেই জনপ্ৰিয়তা স্থানীয় ৰাজনীতিকসকলতকৈও বেছি আছিল। এই জনপ্ৰিয়তাৰ আঁৰৰ সেই ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰটি আৰম্ভণিৰ আঁৰত আছিল ১৯৯৭ চনত এখন বৈদ্যুতিক সামগ্ৰীৰ দোকানত কৰা মেকানিকৰ কাম। তাত থাকোতেই ৰেডিঅ' ভাল কৰি আৰু ৰেডিঅ'ৰ অনুষ্ঠান শুনি ৰেডিঅ'ৰ প্ৰতি তেওঁৰ আকৰ্ষণ বাঢ়িছিল। এই দোকানত কৰ্মী হিচাপে থাকোতেই এদিন দোকানৰ মালিকজনে দোকানখন এৰি অন্য ঠাইলৈ গুচি যোৱাত ৰাঘৱে তেওঁৰ বন্ধুৰ সৈতে মিলি দোকানখন লয়। লাহে লাহে তেওঁৰ মনলৈ এটি এফ্ এম্ ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰ খোলাৰ চিন্তা আহে আৰু বন্ধু সন্ভুৰ সৈতে মিলি এই কাম আৰম্ভ কৰে। কেন্দ্ৰটো স্থাপন কৰোতে প্ৰয়োজন হোৱা সজুলিবোৰ খুৱৰ কম ব্যয়ত কিনি সেইবোৰ যথাস্থানত সংস্থাপিত কৰে।

এই দোকান খনত স্থানীয় ভোজপুৰী, বলীউড, হিন্দী আৰু ভক্তিমূলক গীতৰ প্ৰায় ২০০ টা মান গীত আছিল যিবোৰ ৰাঘৱে শ্ৰোতাৰ বাবে বজাইছিল। এই কেন্দ্ৰটোৰ পৰা তেওঁৰ একো আয় হোৱা নাছিল। তেওঁ দুহাজাৰমান টকা উপাৰ্জন কৰিছিল বৈদ্যুতিক সামগ্ৰী মেৰামতি কৰিহে। পৰিয়ালৰ সৈতে জুপুৰিঘৰত বাস কৰা ৰাঘৱ মাহাতোৱে কেন্দ্ৰটি চলাই নিয়াৰ বহুদিন পাছলৈকে নাজানিছিল যে এফ্ এম্ ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰ চলাবলৈ হ'লে চৰকাৰী অনুজ্ঞা পত্ৰৰ প্ৰয়োজন হয়। তেওঁ কৈছিল, “মই এই বিষয়ে একো নাজানো। মাথো উৎসুকতাৰ বাবেই মই ইয়াক আৰম্ভ কৰিছিলো”।

সেয়েহে যেতিয়া অলপদিন আগতে কিছুমান মানুহে ৰাঘৱক জনালে যে তেওঁৰ কেন্দ্ৰটো বেআইনী তেতিয়াই তেওঁ প্ৰকৃততে এইটো বন্ধ কৰিছিল। কিন্তু তেওঁৰ জুপুৰিলৈ জুম বান্ধি অহা গঞৰাইজে তেওঁক পুনৰায় সেৱা আগবঢ়াই যাবলৈ মান্তি কৰালে। ৰাঘৱৰ এফ্ এম্ মনচুৰপুৰ ১ ৰ চৰকাৰী অনুজ্ঞাপত্ৰ আছে নে নাই সেইটো স্থানীয় ৰাইজৰ বাবে চিন্তনীয় বিষয় নহয়, তেওঁলোকৰ কথা হ'ল ৰাঘৱৰ এফ্ এম্ কেন্দ্ৰটি তেওঁলোকে অতি ভাল পায়।

ৰাঘৱৰ মতে পুৰুষতকৈ মহিলা সকলে তেওঁৰ কেন্দ্ৰৰ পৰা প্ৰচাৰিত গীত বেছিকৈ শুনে। এই মহিলা আৰু বৃদ্ধ সকলক মনোৰঞ্জন দিবৰ বাবে তেওঁ পুৰা আৰু গধূলি ভক্তিমূলক গীত প্ৰচাৰ কৰিছিল। যিহেতু সেই সময়ত গীতৰ অনুৰোধৰ বাবে সুবিধাৰ অভাৱ আছিল, সেয়ে বহুতেই হাতে লিখি গীতৰ প্ৰচাৰ কৰিবলৈ অনুৰোধ কৰিছিল। বহুতে আকৌ ৰাঘৱৰ দোকানৰ কাষত থকা এটা পিঃ চিঃ অঃ লৈ ফোন কৰি গীতৰ অনুৰোধ জনায়। খুৱ সোনকালেই বিহাৰত জনপ্ৰিয় হৈ পৰা ৰাঘৱলৈ বহুতে চিঠি লিখি খবৰ লয়, কোনোবাই তেওঁৰ কেন্দ্ৰটিত কাম কৰিব বিচাৰিছে আৰু কোনো কোনোৱে তেওঁৰ “প্ৰযুক্তি-বিদ্যা” কিনাৰ আগ্ৰহ প্ৰকাশ কৰিছে। এনেদৰে ৰাঘৱ মাহাতোৱে তেওঁৰ বন্ধু সন্ভুৰ সহযোগিতাত পৰিচালনা কৰা ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰটি বিহাৰত জনপ্ৰিয় হৈছে।

উৎস : BBC NEWS : (By Amarnath Tewari) <http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/south-asia/4735642.stm> Published : 2006/02/24 11:34:36 GMT@BBC

সামৰণি (Conclusion)

গণ সংযোগ মাধ্যম বৰ্তমান সময়ত আমাৰ ব্যক্তিগত আৰু ৰাজহুৱা জীৱনৰ এক অপৰিহাৰ্য অংশ। সেয়ে বৰ্তমান সময়ত গণ মাধ্যমৰ যি গুৰুত্বতা আছে সেই গুৰুত্বতা উপলব্ধি কৰিবলৈ এই অধ্যায়টি তুলি ধৰা হৈছে। যাতে মাধ্যমবোৰৰ যোগে সম্প্ৰচাৰিত হোৱা ৰাষ্ট্ৰীয় আন্তঃৰাষ্ট্ৰীয় সংবাদ, মনোৰঞ্জন মূলক, নিয়োগ সম্পৰ্কীয় ইত্যাদি নানা শিতানৰ যোগে আমাৰ সমাজত পৰা প্ৰভাৱ সম্পৰ্কে উপলব্ধি কৰিব পাৰো।

প্ৰশ্নাৱলী

- ১) বাতৰি কাকত উদ্যোগত হোৱা পৰিবৰ্তনৰ বিষয়ে লিখা আৰু এই সন্দৰ্ভত তোমাৰ মতামত দাঙি ধৰা।
- ২) গণ সংযোগ মাধ্যম হিচাপে ৰেডিঅ' বৰ্তমান মৃতঃ প্ৰায় নেকি? উদাৰীকৰণ নীতি অৱলম্বনৰ পিছৰ সময়ত ভাৰতত এফ্ এম্ ৰেডিঅ' কেন্দ্ৰৰ স্থিতিৰ বিষয়ে আলোচনা কৰা।
- ৩) দূৰদৰ্শন বা টেলিভিচন মাধ্যমত বৰ্তমানে দেখা পোৱা পৰিবৰ্তনবোৰৰ বিষয়ে আলোচনা কৰা।

REFERENCES

- Bhatt, S.C. 1994. *Satellite invasion in India*. Sage. New Delhi.
- Butcher, Melissa. 2003. *Transnational television, Cultural Identity and change: When STAR Came to India*. Sage. New Delhi.
- Chaudhuri, Maitrayee. 2005. 'A Question of Choice: Advertisements, Media and Democracy' Ed. Bernard Bel et. al. *Media and Mediation Communication Processes* pp.199-226. Sage. New Delhi.
- Chatterji, P.C. 1987. *Broadcasting in India*. Sage. New Delhi.
- Desai, A.R. 1948. *The Social Background of Indian Nationalism*. Popular Prakashan. Bombay.
- Ghose, Sagarika 2006, 'Indian Media: A flawed yet robust public service' in B.G. Verghese (Ed.) *Tomorrow's India: Another tryst with destiny*. Viking. New Delhi.
- Joshi, P.C. 1986. *Communication and Nation-Building*. Publications Division GOI. Delhi.
- Jeffrey, Roger. 2000. *India's Newspaper Revolution*. OUP. Delhi.
- More, Dadasaheb Vimal. 1970. 'Teen Dagdachachi Chul' in Sharmila Rege *Writing Caste/ Writing Gender: Narrating Dalit Women's Testimonies*. Zubaan/Kali. Delhi, 2006
- Page, David and William Gawley. 2001. *Satellites Over South Asia*. Sage. New Delhi.
- Singhal, Arvind and E.M. Rogers. 2001. *India's Communication Revolution*. Sage. New Delhi.