Dilipsblog/isn

খবরের মেয়ে, মেয়েদের খবর

দিলীপ ঘোষ

প্রতীচী ট্রাস্টের সিনিয়র ফেলো

গত শতকের ছয়ের দশকের প্রথম দিকে, স্কুলে পড়ার সময়, থাকতাম হাওড়া শহরের বাজেশিবপুরে। আমাদের বাড়ির ঠিক উলটোদিকেছিল একটা মিষ্টির দোকান। রোজ সকালে খোলা জানলা দিয়ে প্রথমে ঢুকতো সেই দোকানের ঘুঁটে কয়লার উনুনের ধোঁয়া, আর তারপরেই গরম শিঙাড়া, জিলিপি, কচুরি ভাজার প্রাণ ভরানো গন্ধ । ছুটির দিনে ভোরবেলাতেই হাজির হতাম সেখানে। আড়াআড়ি বিভক্ত দোকান, বাঁদিকে বিপণন, ডানদিকে উৎপাদন। উৎপাদন প্রান্তে সবে কড়াই চেপেছে, ডালদা গলছে উত্তাপে, শিঙাড়ার আবরণবেলে, কেটে, পুর ভরে বারকোষে সাজানো হচ্ছে; বিপণন বিভাগে ময়লা ন্যাকড়া দিয়ে পরিষ্কার করা হচ্ছে শো-কেস। দুই বিভাগের মাঝখানে দু'হাত ছড়িয়ে একটা খবরের কাগজের দুই প্রান্ত ধরে ছোট্ট একটা জলচৌকিতে বসে আছেন কানাইদা। ব্যাচেলর কানাইদার একটাই নেশা, সরবে সভাষ্য সংবাদপত্র পাঠ। ভোরবেলা থেকেই বিশাল ডানা ছড়ানো পাখির মতো খবরের কাগজের আড়ালে অদৃশ্য কানাই-দা বেছে বেছে হেড লাইন, মূল সংবাদ পড়ে যাচ্ছেন জোরে জোরে, মাঝেমধ্যে আগে পড়ে টীকা জুড়ছেন উৎপাদকবৃন্দ, বিপণনকর্মীরা, ক্যাশবাক্সের পেছনে বসা মালিক, ক্রেতারা, কিন্তু শেষ কথা বলছেন কানাইদা। সংবাদভাষ্য শোনার জন্য দাঁড়িয়ে পড়ছেন প্রাতর্ভ্রমণ সেরে ফেরার পথে বিমলজেঠু, উল্টোদিকের শিবমন্দিরে পুজো শেষ করে পাড়ার পার্মানেন্ট পুরুত কপিল কাকা, স্ট্যান্ডে রিক্সাটাকে দাঁড় করিয়ে বিড়িটাকে দেশলাই বাক্সে মাঝে মাঝেই ঠুকতে থাকা অনন্তদা। দৈনন্দিন জীবনে, খাদ্য এবং খবরের উৎপাদন একই প্রক্রীয়ার এপিঠ ওপিঠ। দুটোই হেগেলের ভাষায়,'প্রভাতী প্রার্থনার' অঙ্গ। **(Reading the morning newspaper is the realists' morning prayer. One orients ones' attitude towards the world either by God or by what the world is. −Hegel)**

এই 'সবাই' টা বোধহয় ঠিক বললাম না। ঠিক ঐ সময়েই মন্দিরে শিবের মাথায় জল দিয়ে ফেরার পথে জ্যাঠাইমা গোটা কয়েক গুজিয়া কিনতেন বাড়ির ঠাকুরের জন্য, পাড়ার অনেক বাড়িতে ঠিকে কাজ করা অষ্টপিসি একটা দানাদার কিম্বা প্যাঁড়া কিনতো ছেলে কাজে যাবার সময় টিফিনে দেবে বলে, দুই বাড়িতে রান্না করা মানদাদি সকালে বাড়িতে কিছু না খেয়ে এলে একখানা এক আনা দামের মিষ্টি গালে পুরে ঢক ঢক করে খানিক জল খেয়ে নিত। মিষ্টি পেতে দেরি হলে এঁরা বেশ'নাতিমিষ্ট' সম্বোধন করতেন সংবাদমোহিত কর্মীদের। দূর থেকে এঁদের আসতে দেখলেই শালপাতার ঠোঙা রেডি হয়ে, কিন্তু চোখ-কান দুই-ই কানাইদার কাছে বাঁধা থাকার ফলে অনেক সময়ে দানাদার প্রার্থী পেতেন গুজিয়ার ঠোঙা, আর জ্যাঠাইমারঠাকুরদের সে সব দিন দানাদারের ভগ্নাংশ নিয়েই খুশি থাকতে হতো। কানাইদার প্রভাতী প্রার্থনায় মহিলাদের প্রবল অনীহা। সেই যুগের সংবাদের লিঙ্গভিত্তিক বিশ্লেষণ দেখার সুযোগ হয়নি, তবে মনে আছে প্রথম কয়েক পাতায় মহিলাদের উপস্থিতি ছিল নিতান্তই প্রান্তিক। যদি না 'মাতাহারি' কিম্বা 'প্রফুমো-কিলার' এর মতো কিছু প্রবল কেচ্ছার খবর থাকতো। সে আমলে মহিলারা মূলত বিজ্ঞাপনে হাজির, উপভোক্তা কিম্বা উপভোগ্যা হয়ে।'রিপোর্টার' বললে চোখের সামনে ভাসতো ধুতি-হাফশার্ট অথবা পাঞ্জাবি-পাজামা পরিহিত, নির্ভীক, নিরপেক্ষ, মধ্যবিত্ত সবজান্তা পুরুষ। কখনও কোনও মহিলার কথা মনে হতো না। একমাত্র সত্যজিৎ রায়ই সাহস করে 'নায়ক'এ একজন মহিলা সাংবাদিককে হাজির করেছিলেন, তাও সিরিয়াস জার্নালিজম করাতে নয়, ফিল্মস্টারের ইন্টারভিউ নিতে।

অর্ধ শতাব্দীর বেশি কেটে গেছে তার পরে। ইতিমধ্যে ১৯৯৫-এ বেজিং-এ মহিলাদের চতুর্থ আন্তর্জাতিক মহাসম্মেলনে লিঙ্গ বৈষম্য দূর করার জন্য প্রয়োজনীয় কাজের যে তালিকা তৈরি হয়, তার অন্যতম প্রধান বিষয় ছিল সংবাদ মাধ্যমে মহিলাদের উপস্থিতি।মহিলারা খবরের ভোক্তা এবং উৎপাদক হয়েছেন।অনেকে বিখ্যাতও হয়েছেন। কিন্তু তাঁদের সামগ্রিক উপস্থিতিকি পুরুষদের সঙ্গেতুলনীয়? এখানেও কি তাঁদের কাঁচের ছাদে' মাথা ঠেকে অন্য পেশার মতো?

বেজিং সম্মেলনের পর থেকে প্রতি পাঁচবছর অন্তর 'গ্লোবাল মিডিয়া মনিটরিং প্রজেক্ট' একটি করে রিপোর্ট প্রকাশ করেন সংবাদমাধ্যমে মহিলাদের হাল হকিকতের খবর নিয়ে। গত নভেম্বর মাসেপ্রকাশিত হয়েছে ১১৪টি দেশের তথ্য বিশ্লেষণ করে তৈরি ২০১৫ সালের রিপোর্টটি। ১৯৯৫ থেকে ২০০৫ কালপর্বে বিশ্বের মূলস্রোতের সংবাদমাধ্যমগুলির (সংবাদপত্র, রেডিও, টিভি) প্রচারিত সংবাদে মহিলাদের উপস্থিতি বাড়ছিল, কিন্তু ২০০৫-১৫ কালপর্বে সেই অগ্রগতি আর দেখা যাচ্ছে না। প্রধান মাধ্যমগুলিতে

যাঁদের নিয়ে খবর করা হয়েছে, তাঁদের মাত্র ২৪ শতাংশ মহিলা (ভারতের খবরে ২১ শতাংশ)। ২০০৫ সালে এই অনুপাত ছিল ২৩ শতাংশ। টুইটার এবং ইন্টারনেটেও এই অনুপাতের খুব কিছু তফাৎ হচ্ছে না, সেখানে মহিলাদের অনুপাত ২৬ শতাংশ (ভারতে ৩৬ শতাংশ)। মহিলা সাংবাদিকদের প্রতিবেদন প্রকাশের হারও মোটামুটি অপরিবর্তিত ২০০৫সাল থেকে, ৩৭ শতাংশে। ডিজিটাল মাধ্যমে কিছু বেশি, ৪২ শতাংশ।

সংবাদের ৮ শতাংশ হয় স্বাস্থ্য এবং বিজ্ঞান নিয়ে, সেই সব খবরে মহিলাদের উপস্থিতি প্রায় ৩৫ শতাংশ, কিন্তু সংবাদমাধ্যমের মূল আকর্ষণ, রাজনৈতিক এবং সরকার বিষয়ক খবরে এঁরা আছেন কেবল১৬ শতাংশে। এ-ও এক বিষচক্র। খবরে নেই তাই গুরুত্ব পান না, গুরুত্ব পান না তাই খবরে নেই। কিছু আঞ্চলিক তারতম্য আছে। যেমন লাতিন আমেরিকার দেশগুলিতে রাজনৈতিক খবরে মহিলাদের উপস্থিতি ২৫ শতাংশ, মধ্য প্রাচ্য এবং এশিয়াতে যথাক্রমে ৯ এবং ৭ শতাংশ। অর্থনৈতিক খবরে উত্তর আমেরিকায় মহিলারা আছেন ৪১ শতাংশ খবরে, এশিয়ায় ১৫ শতাংশ। প্রত্যক্ষদর্শী হিসাবে মহিলারা উদ্ধৃত হয়েছেন ৩০ শতাংশ ক্ষেত্রে, এই অনুপাত গত দশ বছরে অপরিবর্তিত। অর্থাৎ অকুস্থলে যিনি আছেন, ৭০ শতাংশ ক্ষেত্রে তিনি মহিলা হলে তাঁর কথা শোনা হয় না, তাঁকে দেখা যায় না।

কর্মসংস্থানের তথ্যে দেখছি বিশ্বের সংবাদ সংস্থাগুলির উচ্চতম পদের ২৭ শতাংশ মহিলাদের দখলে, আর অপেক্ষাকৃত নীচের নিউজরুমে তাঁদের অনুপাত ৩৫ শতাংশ। আঞ্চলিক তারতম্য আছে। এশিয়া প্যাসিফিক অঞ্চলে সংবাদ মাধ্যমের সামগ্রিক কর্মীবাহিনীর মাত্র ২৯ শতাংশ মহিলা; দক্ষিণ আফ্রিকায় কালো মেয়েরা মোট জনসংখ্যার ৪৬ শতাংশ, কিন্তু নিউজরুমে তাঁদের অনুপাত ১৮ শতাংশ। খোদ আমেরিকায় ১৯৮০-তে সাংবাদিকদের ৩৪ শতাংশ ছিলেন মহিলা, এখন এই অনুপাত দাঁড়িয়েছে ৩৭ শতাংশে(ভারতে ৪৩ শতাংশ)।কেব্‌ল টিভিতে মহিলারা কিছু বেশি, ৫৭ শতাংশ। এই উপস্থিতি একান্তই বয়স সাপেক্ষ। ৫০-৬৪ বছর বয়সী উপস্থাপকদের মধ্যে মহিলাদের অনুপাত কমে দাঁড়ায় ২৮ শতাংশ, আর ৬৫ পেরনোদের মধ্যে একজনও মহিলা নেই। টিভিতে বেশিরভাগ মহিলার ক্ষেত্রেই মনে হয়দেহপটটিই মুখ্য। সঞ্চিত অভিজ্ঞতার বিশেষ মূল্য নেই।

কর্মক্ষেত্রে যৌন হয়রানিতে ভোগেন ১৭ শতাংশ মহিলা সাংবাদিক। পেশাগত অন্য চ্যালেঞ্জওআছে চেনা স্টিরিওটাইপের বাইরে। যেমন খেলার মাঠে মহিলা সাংবাদিক, আমেরিকান টিভি চ্যানেলে কৃষ্ণাঙ্গ মহিলা অ্যাঙ্কর, মধ্যপ্রাচ্যের নিউজরুমে মহিলা কর্মী, এঁদের নিজেদের পেশাগত গ্রহণযোগ্যতা প্রমাণ করতে বহু কাঠখড় পোড়াতে হয়। 'চোখের তৃপ্তি' দেওয়া ছাড়া এঁদের অন্য ভূমিকা অস্বীকৃত। কাজের প্রয়োজনেই কৃত্রিম "পৌরুষ"- এর বর্মে আশ্রয় নিতে বাধ্য হন অনেকে।

কিন্তু সংবাদমাধ্যমে মহিলারা কম থাকলে কী আসে যায়? তাতে সংবাদ-ভোক্তাদের কী-ই বা ক্ষতি বৃদ্ধি হবে? সংবাদমাধ্যমে এবং সংবাদে মহিলাদের উপস্থিতি গত পাঁচ বছর যাবৎ কাজ করছেন আমেরিকার 'উইমেনস মিডিয়া সেন্টার'। তাঁদের প্রতিবেদন থেকেই একটা উদাহরণ দেখা যেতে পারে। ক্যাম্পাসে ধর্ষণ নিয়ে বছরখানেক সময়ে বড় বড় কাগজে প্রকাশিত ৯৪০টি নানা ধরনের লেখা বিশ্লেষণ করেছেন তাঁরা। বাই-লাইন থেকে বোঝা গেল, এই লেখাগুলি ৫৫ শতাংশ পুরুষদের লেখা, ৩১ শতাংশ মেয়েদের, আর ১৪ শতাংশের কোনও বাই-লাইন ছিল না। পুরুষদের প্রতিবেদনগুলোর মধ্যে কেবল ২৮ শতাংশ ক্ষেত্রে কোনও মহিলার কাছ থেকে তথ্য সংগৃহীত হয়েছে, মহিলা সাংবাদিকরা ৪২ শতাংশ ক্ষেত্রে মহিলাদের কাছ থেকেই তথ্য সংগ্রহ করেছেন। ধর্ষিতার বর্তমান শারীরিক ও মানসিক অবস্থা নিয়ে অনেক বেশি, বিস্তারিত ভাবে লিখেছেন মহিলারা। ধর্ষণের দীর্ঘস্থায়ী কুফল সম্বন্ধে জানা যাচ্ছে বিশদে। চেনা স্টিরিওটাইপের বাইরে।

ক্রীড়াঙ্গনে মহিলা সাংবাদিকদের উপস্থিতি স্বভাবতই কম। সেখানে যৌন হিংসা বিষয়ক লেখাগুলির ৬৭ শতাংশ পুরুষদের আর মাত্র ৭ শতাংশ মহিলাদের। এই বৈষম্য প্রকটতর হয় স্কুল কলেজের ক্রীড়াঙ্গনে যৌন হিংসার খবরে, সেখানে ৭৫ শতাংশ খবরের উৎস পুরুষেরা। মেয়েদের বক্তব্যই আসে না পাঠকের সামনে। লিঙ্গবৈষম্য যেখানে সবচেয়ে বেশি ক্ষতি করে, সেটাই আবৃত থাকে।

অন্যদিকে আর একটা খবরের কথা বলি। বুলগেরিয়ায় এক মহিলা পাবলিক প্লেসে স্তন্যপান করাচ্ছিলেন তাঁর ক্ষুধার্ত শিশুকে। সে দেশের আইন অনুযায়ী কাজটা অশ্লীল বলে তাঁর বিরুদ্ধে মামলা করল পুলিশ। কপাল গুণে এক মহিলা সাংবাদিকের হাতে পড়েছিল বিষয়টি। যে দেশে সাধারণ মহিলাদের 'খোলামেলা' ছবি দিয়ে নানা পণ্যের বিজ্ঞাপন করতে আইন আপত্তি করে না সে দেশে স্তন্যপানের মতো শিশুর স্বাস্থ্যের সঙ্গে জড়িত কাজ কেন অশ্লীল বলে গণ্য হবে, সে প্রশ্ন তুলে সেই সাংবাদিক মহিলাটিকে আইনের কবল থেকে বেরিয়ে আসতে সাহায্য করলেন।

লিঙ্গ বৈষম্য মেয়েদের তো বটেই, পুরুষদেরও কী ভাবে ক্ষতি করে, তার বিশদ বিবরণ রেখেছিলেন অমর্ত্য সেন ‘দ্য নিউ রিপাবলিক’ পত্রিকায় একটি দীর্ঘ রচনায়। অপুষ্ট কন্যা দিয়ে যে বৈষম্যের শুরু, কার্যকারণ শৃঙ্খলার শেষ ধাপে সেটাই প্রাপ্তবয়স্ক পুরুষদের হৃদরোগ বৃদ্ধিতে শেষ হয়। বিষয়টিতে আবার তিনি ফিরে গেছিলেন নির্ভয়া কাণ্ডের পর, নানা সংবাদমাধ্যমে বেশি সংখ্যায় ধর্ষণের প্রতিবেদন প্রকাশিত হওয়ার পরিপ্রেক্ষিতে। ধর্ষণের বিষয়টিকেসংবাদ মাধ্যম গুরুত্ব দেওয়ায় তিনি খুশি হয়েছিলেন, কিন্তু এটাও বলেছিলেন এই বহুমাত্রিক বৈষম্যের আলোচনা কেবল এক-আধটি বিষয়ে আটকে থাকলে কিছু লাভ হবে না।

মূলস্রোতের মিডিয়ায় কোথাও ‘গ্লোবাল মিডিয়া মনিটরিং প্রজেক্ট’এর রিপোর্টটি আলোচিত হতে দেখিনি,এই ‘সেমিনাল’ রিপোর্টগুলি অগ্রাহ্য করলেআমাদের ‘প্রভাতী প্রার্থনা’ কিঅনেকটাই ব্যর্থ হবে না?“ ‘সেমিনাল?’ মোটেই না!তাহলে তো বলতেন সবাই;‘ওভিউলার’ বলুন, তাই কারও কানে যায় না।”এক সাংবাদিক কন্যার মন্তব্য ।

তথ্যসূত্রঃ ১) Who makes the News? Global Media Monitoring Project 2015; World Association for Christian Communication (WACC) with Financial support from Bread for the World (Germany), Anonymous donor (The Netherlands), UN Women, Women's World Day of Prayer (WWDP) - German Committee, Bread for the World (Germany), Pacific Media Assistance Scheme (PACMAS) funded by the Australian government, UNESCO and United Church of Canada.(November 2015)

২)Writing rape: How U.S. media cover campus rape and sexual assault (2015): womensmediacenter.com

৩) Amartya Sen; Many Faces of Gender Equality; The New Republic (September 17, 2001)

#global media monitoring project #women in media #womenjournalist #women in news #ovular #women in newsroom #women in electronic media #hegel #amartya sen#media #discrimination against women #women and media