

নারীর চোখে মিডিয়া

আনমনা প্রিয়দর্শিনী

মানিকগঞ্জের কৈটায় বাইশ বছর বয়সী লোপার আধাপাকা বাড়িতে বসে তার পরিবারের সঙ্গে টিভি দেখছিলাম। লোপার স্বামী চিত্ত স্টার উৎসবের একটি হিন্দি সিরিয়াল দেখতে চায়; কিন্তু লোপা চায় স্টার স্পোর্টসে মেয়েদের রেসলিং দেখতে। দুজনের মধ্যে চলতে থাকে তর্কবিতর্ক আর টিভি পর্দায় একবার আসতে থাকে হিন্দি সিরিয়ালের পারিবারিক টানাপড়েন, আরেকবার কেলি ও লেয়লার প্রচণ্ড মারপিটের দৃশ্য। চিত্তের পাশে বসে তার মা রমলা বারবার ঘড়ির দিকে তাকাতে থাকেন। ঘড়িতে যখন ঠিক ১১টা বাজে তখন রমলা বলে ওঠেন, 'খবরটা দিও তো।'

ওপরে উল্লিখিত ঘটনাটি ব্র্যাক বিশ্ববিদ্যালয়ের ব্র্যাক ডেভেলপমেন্ট ইনস্টিটিউটের প্যাথওয়েজ অব উইমেন্স এমপাওয়ারমেন্ট গবেষণা প্রকল্পের 'নারী ও মিডিয়া' শীর্ষক গবেষণার মাঠকর্মের অভিজ্ঞতা থেকে প্রাপ্ত। এ গবেষণায় দেখানো হয়েছে, কীভাবে বাংলাদেশের শহর-উপশহরের নারীরা টেলিভিশনে উপস্থাপিত ও পরিবেশিত বিষয়বস্তুর সঙ্গে নিজেদের যুক্ত করে এবং কীভাবে মিডিয়ায় প্রচারিত মূল্যবোধকে নারীরা গ্রহণ বা বর্জন করে। বিভিন্ন প্রেক্ষাপটে নারীর ওপর মিডিয়ার প্রভাব বোঝার জন্য গবেষণায় বাংলাদেশের ১৫ থেকে ৪৫ বছর বয়সের ২১৭ নারীকে নির্বাচন করা হয়েছে, যাদের আর্থ-সামাজিক পারিপাশর্কিকতা ভিন্ন।

লোপার পরিবারের ঘটনাটি কোনো বিচ্ছিন্ন ঘটনা ছিল না; বরং গবেষণাকর্মের বিভিন্ন পর্যায়ে সিরিয়ালের প্রতি পুরুষের ঝাঁক এবং খেলাধুলা ও সংবাদের প্রতি নারীদের আগ্রহের বিষয়টি উঠে এসেছে, যা আমাদের নারী ও মিডিয়ার মধ্যকার সম্পর্ক বিষয়ক প্রচলিত ভাবনাকে নতুনভাবে বিশ্লেষণ করতে সাহায্য করেছে। নারীর ওপর মিডিয়ার প্রভাবকে সাধারণত অনেকাংশেই নেতিবাচকভাবে দেখা হয়। প্রথাগত ধারণায় মনে করা হয়, নারীরা মূলত 'শাঁস-বহ' ধরনের সিরিয়ালের

দর্শক এবং যেহেতু এসব সিরিয়াল পিতৃতন্ত্রের প্রবল মূল্যবোধের প্রতিচ্ছবি সেহেতু এসব সিরিয়াল দেখার মধ্য দিয়ে নারীরা পিতৃতান্ত্রিক ব্যবস্থার মধ্যেই আরও ঘনিষ্ঠভাবে নিমজ্জিত হয়। কিন্তু নারীর ওপর মিডিয়ার প্রভাবের বিষয়টি এত সহজ নয়।

গবেষণা করা ১৯টি গৃহস্থালির অধিকাংশ পুরুষই বাংলা-হিন্দি সিরিয়ালগুলোর মনোযোগী দর্শক ছিলেন যা 'নারীই সিরিয়ালগুলোর মূল দর্শক'— এই সরলীকরণকে খণ্ডন করে। গবেষণায় দেখা যায়, শ্রেণী-ধর্ম নির্বিশেষে যেসব নারীর ওপর গবেষণা চালানো হয়েছে, তাদের সবাই নিয়মিত খবর দেখেন। এমনকি যেসব নারীর নিজ বাড়িতে টিভি নেই, তারাও সুযোগ পেলে অন্যের বাসায় গিয়ে খবর দেখে থাকেন। কেন তারা খবর দেখতে পছন্দ করেন— এমন প্রশ্নের জবাবে নিম্নবিত্ত শ্রেণীর অনেক নারীই বলেন, 'দেশের খবর জানতে হবে না?' সিডর কোন উপকূলে আঘাত হানল, দেশের কোন নেতা জেলে গেল, চালের কেজি কত টাকা বাড়ল— এসব আর্থ-রাজনৈতিক প্রেক্ষাপট জানার জন্য নারীরা বারবার ঘড়ির কাঁটা গোনেন আর ভাবেন, কখন 'খবর' হবে। নারীদের উদগ্রীবতা সেই ভাবনাকে প্রশ্ন করে, যেখানে মনে করা হয় নারীরা তথ্যের প্রতি আগ্রহী নন। শুধু তথ্য নয়, এসব নারী খেলাধুলার প্রতিও ভীষণ আগ্রহী যা কি-না প্রথাগতভাবে পুরুষের এক ক্ষেত্র হিসেবে মনে করা হয়। ক্রিকেট, ফুটবল থেকে শুরু করে সাঁতার, সাইকেল, কার রেসিংয়ের তারা একনিষ্ঠ দর্শক। শুধু যে পছন্দের খেলোয়াড়কে টিভি পর্দায় দেখার জন্য তারা খেলা দেখেন তা নয়; বরং এসব খেলার নিয়মকানুনও তাদের নখদর্পণে। আর সে কারণেই দল বেঁধে রাত জেগে চলে খেলা দেখা আর ভুল এলবিডবিজ্ঞানের জন্য বা পেনাল্টি দেওয়ার জন্য আম্পায়ার বা রেফারিকে দোষারোপ করা। কেউ কেউ আবার মেয়েদের রেসলিংয়ের পোকা। যদিও রেসলিং কতখানি খেলা আর কতখানি নারীর বস্তুকরণ তা নিয়ে তর্ক চলতে পারে; কিন্তু রেসলিং দেখার ক্ষেত্রে এসব নারীর যুক্তি হলো, 'মেয়েদেরও যে এত শক্তি থাকতে পারে তা দেখতে ভালো লাগে।' তাদের এই ভালো লাগা বলে দেয়, 'কোমল-সুন্দর' নারী অবয়ব ছাড়াও ভিন্ন গুণশৈলীর নারীকে দেখার প্রতি নারীর আগ্রহ সৃষ্টি হচ্ছে। আর এ কারণেই গবেষণা চালানো বহু নারী জানিয়েছেন, তারা শুধু নারীকে 'ভালো' মা, 'দায়িত্বশীল' গৃহিণী হিসেবে দেখতে চান না; বরং তারা চান 'পুরুষের ভূমিকা'য় নারীকে দেখতে। তাদের

মতে, নারী পুলিছ হয়ে সন্মাসীদেৰ দমন কৰবে, অফিসেৰ বস হয়ে অফিস চালাবে, হাতে তুলে নেবে গাড়িৰ স্টিয়াৰিং, তাহলেই বোঝা যাবে যে নারীরাও পারে।

তাই যদিও একথা সত্যি যে, মিডিয়া প্ৰায় সময়ই নারীকে নেতিবাচকভাবে উপস্থাপনের পাশাপাশি সমাজে বিদ্যমান পিতৃতান্ত্ৰিক অধিপতিশীল ব্যবস্থাকে শক্তিশালী করে; তবু এটিও সত্যি যে, প্ৰথমে বাইরে নতুন করে ভাবাৰ জন্য মিডিয়া নারীৰ কাছে নতুন এক পৰিসৰ খুলে দিয়েছে। এই পৰিসৰ নারীকে এক সক্রিয় সত্তায় পৰিণত করেছে, যে কি-না টিভিতে পৰিবেশিত বয়ানকে বাছাই, বিচাৰ এমনকি প্ৰত্যাখ্যান কৰতেও সমৰ্থ। নারী শুধু 'নারী' পৰিচিতিৰ কাৰণে তথাকথিত 'নারীসুলভ' বিনোদনে সন্তুষ্ট নয়; বৰং তাৰ চোখ এখন নারীকে প্ৰথাগত ভূমিকাৰ বাইৰেৰ অবস্থানে দেখতে চায়। যদিও সে জানে, নতুন এই অবস্থানে নারী এত সহজে হয়তো অধিষ্ঠিত হতে পারবে না; কিন্তু সে বিশ্বাস করে নতুন এই ইমেজ লাখো নারীৰ চোখে স্বপ্ন জাগাবে, মনে বিশ্বাস জাগাবে_ 'নারীৰ জন্য অসম্ভব কিছু নয়।' আৰ এই বিশ্বাসকে পুঁজি কৰে হয়তো সম্ভাবনাৰ পথে পা বান্ধাৰো সম্ভব হয়ে উঠবে।

pathwayssa@gmail.com

- আনমনা প্ৰিয়দৰ্শিনী : গবেষক বিডিআই, প্যাথওয়েজ অৰ উইমেন্স এমপাওয়ারমেন্ট গবেষণা প্ৰকল্প