

বাংলাদেশে জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা
(Role of Electronic Media in Shaping Public Opinion in
Bangladesh)



এম.ফিল অভিসন্দর্ভ
মোঃ শহিদুল ইসলাম

এই অভিসন্দর্ভটি

এম.ফিল (Master of Philosophy) ডিগ্রীর লক্ষ্যে
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ে উপস্থাপন করা হয়েছে।

রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগ
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়
ঢাকা-১০০০।

বাংলাদেশে জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা
(Role of Electronic Media in Shaping Public Opinion in
Bangladesh)

মোঃ শহিদুল ইসলাম

ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়

ঢাকা-১০০০

বাংলাদেশ

উৎসর্গ

এই অভিসন্দর্ভটি আমার পিতা ও মাতার প্রতি উৎসর্গ
করলাম।

ঘোষণা

আমি এই মর্মে ঘোষণা করছি যে রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগে এম.ফিল (Master of Philosophy) ডিগ্রীর লক্ষ্যে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ে উপস্থাপনকৃত “**বাংলাদেশে জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা**” (Role of Electronic Media in Shaping Public Opinion in Bangladesh) শীর্ষক এই অভিসন্দর্ভটি আমার দ্বারা সম্পাদনকৃত সম্পূর্ণ নতুন এবং অকৃত্রিম গবেষণা কর্ম।

আমি এটাও ঘোষণা করছি যে এই অভিসন্দর্ভটি বা এটার কোন অংশবিশেষ কোন ডিগ্রী অর্জনের লক্ষ্যে অন্য কোন বিশ্ববিদ্যালয়/প্রতিষ্ঠান/ সংগঠনে উপস্থাপন করা হয়নি।

মোঃ শহিদুল ইসলাম
এম.ফিল গবেষক
রেজিস্ট্রেশন নং-৩৬৫
সেশন: ২০১২-২০১৩
রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগ
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়, ঢাকা-১০০০।

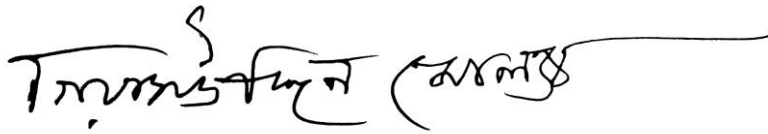
প্রত্যয়ন পত্র

এই মর্মে প্রত্যয়ন করা যাচ্ছে যে, মোঃ শহিদুল ইসলাম কর্তৃক রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগে এম.ফিল (Master of Philosophy) ডিগ্রীর লক্ষ্যে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ে উপস্থাপনকৃত “বাংলাদেশে জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা” (Role of Electronic Media in Shaping Public Opinion in Bangladesh) শীর্ষক এই অভিসন্দর্ভটি আমার সরাসরি তত্ত্বাবধানে ও পরামর্শে পরিচালিত হয়েছে এবং আমি এই অভিসন্দর্ভটি যত্নসহকারে পরিষ্কার-নিরীক্ষা করেছি। সম্পূর্ণ অভিসন্দর্ভটি গবেষকের নিজের দ্বারা সম্পাদনকৃত গুরুত্বপূর্ণ গবেষণা কর্ম ও তাঁর ব্যক্তিগত অর্জন। এই অভিসন্দর্ভে আমার বা অন্য কারো যৌথ গবেষণা কর্মের কোন অংশ নেই এবং কোন চৌর্যবৃত্তিও নেই।

রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগে এম.ফিল (Master of Philosophy) ডিগ্রীর লক্ষ্যে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ে উপস্থাপনকৃত এই অভিসন্দর্ভটির চূড়ান্ত অনুলিপিটি আমি সম্পূর্ণরূপে ও যত্নসহকারে পড়েছি এবং তথ্যগত ও ভাষাগত সত্যতা যাচাই করেছি। এই অভিসন্দর্ভে আমার পরিপূর্ণ সন্তুষ্টি রয়েছে।

০৫ মে ২০২৪

তত্ত্বাবধায়ক



ড. গিয়াস উদ্দিন মোল্ল্যা
অধ্যাপক
রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগ
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়
ঢাকা-১০০০, বাংলাদেশ।

বিষয়বস্তু

	পৃষ্ঠা
ঘোষণাপত্র	Iv
প্রত্যয়ন পত্র	V
বিষয়বস্তু	Vi
স্বীকারোক্তি	Vii
সংক্ষিপ্তসার	Viii
টেবিলের তালিকা	ix
অধ্যায় এক: ভূমিকা	১-১৪
অধ্যায় দুই: সাহিত্য পর্যালোচনা	১৫-২০
অধ্যায় তিন: তত্ত্বগত কাঠামো	২১-২৩
অধ্যায় চার: তথ্য বিশ্লেষণ	২৪-৪০
অধ্যায় পাঁচ: উপসংহার	৪১-৫৩
তথ্যসূত্র	৪৫-৫০
পরিশিষ্ট	৫১-৫৩

স্বীকারোক্তি

এই গবেষণাপত্রটি এম.ফিল অভিসন্দর্ভের অংশ। বিভিন্ন উৎস হতে তথ্য সংগ্রহে বিভিন্ন শ্রেণী পেশার মানুষ সহযোগীতা করেছেন।

সর্বপ্রথম আমি আমার সৃষ্টিকর্তা মহান আল্লাহর প্রতি শুকরিয়া জ্ঞাপন করছি ও কৃতজ্ঞতা জ্ঞাপন করছি যে এই অভিসন্দর্ভটি প্রস্তুত করতে তিনি আমার প্রতি রহমত বর্ষণ করেছেন। অধ্যয়নের এই দীর্ঘ সময়ে, বিভিন্ন মানুষ ও প্রতিষ্ঠানের সহায়তা গ্রহণ করতে হয়েছে। সকলের নাম উল্লেখ করা খুবই কঠিন ব্যাপার। এই গবেষণা কর্মটি সফল করতে যে সকল মানুষ ও প্রতিষ্ঠান আমাকে সহযোগীতা করেছে আমি তাদের নিকট ঋণী।

আমি ভাগ্যবান যে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগের অধ্যাপক ড. গিয়াস উদ্দিন মোল্ল্যাকে আমি তত্ত্বাবধায়ক হিসেবে পেয়েছি। আমি গভীর শ্রদ্ধার সাথে তাঁর মূল্যবান মতামত, পরামর্শ ও মন্তব্যসমূহকে স্বরণ করছি যেগুলি এই গবেষণা কর্মের প্রতিটি ধাপকে আরো সমৃদ্ধ করেছে। এই গবেষণা কর্ম সম্পাদনের প্রত্যেক ধাপে তিনি আমাকে সহযোগীতা করেছেন।

এই গবেষণায় গবেষণা সহকারী (Research Assistant) হিসেবে কাজ করার জন্য তাসনিয়া তাফান্নুম (Tasnia Tafannum) কে আন্তরিক শুভেচ্ছা জানাচ্ছি ও গবেষণা কর্মের প্রতিটি পর্যায়ে নিষ্ঠার সাথে কাজ করার জন্য গভীরভাবে কৃতজ্ঞতা জ্ঞাপন করছি। আমি মো. লোকমান হায়দার চৌধুরী, পিএইচডি গবেষক, রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় – কে এই গবেষণায় তথ্য সংগ্রহে সহায়তা করার জন্য গভীরভাবে কৃতজ্ঞতা ও ধন্যবাদ জ্ঞাপন করছি।

এই ধরনের গবেষণা কর্মে উৎসাহিত করা এবং ত্যাগ স্বীকার করায় আমি আমার পিতা-মতা ও পরিবারের সদস্যদের ঋণী। সর্বোপরি, নিরবিচ্ছিন্ন সমর্থন ও উৎসাহ প্রদানের জন্য আমি আমার বন্ধু-বান্ধব, শুভানুধ্যায়ী ও বিভিন্ন স্থরের গবেষকবৃন্দের প্রতি ধন্যবাদ জ্ঞাপন করছি।

মোঃ শহিদুল ইসলাম
এম.ফিল গবেষক
রেজিস্ট্রেশন নং-৩৬৫
সেশন: ২০১২-২০১৩
রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগ
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়, ঢাকা-১০০০।

সংক্ষিপ্তসার

এই গবেষণায় বাংলাদেশে জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ভূমিকা অনুসন্ধান করা হয়েছে। বাংলাদেশের ঢাকা শহরের শাহবাগ, পল্টন, মতিঝিল এবং নিউ মার্কেট এলাকায় গবেষণাটি সম্পাদন করা হয়েছে। গবেষণা তথ্য সংগ্রহের লক্ষ্যে বিভিন্ন পেশার ভিত্তিতে ১৮৫ (এক শত পঁচাত্তর) জন উত্তরদাতাকে বাছাই করা হয়েছে। বিভিন্ন পেশাজীবীর মধ্যে ছাত্র, চাকরিজীবী, ব্যবসায়ী, রিক্রাচালক ও অন্যান্য পথচারী মানুষ রয়েছেন। শিক্ষার্থীদের মধ্যে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়, ইডেন কলেজ, ঢাকা কলেজ ও নটরডেম বিশ্ববিদ্যালয় থেকে বাছাই করা হয়েছে। চাকরিজীবীদের মধ্যে সরকারি ও বেসরকারি চাকরিজীবী এবং ব্যবসায়ীগণের মাঝে ক্ষুদ্র ব্যবসায়ীগণকে বাছাই করা হয়েছে। এই গবেষণায় গুণবাচক ও সংখ্যাবাচক গবেষণার সমন্বয়ে একটি মিশ্র পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়েছে যাতে সংখ্যাগত গবেষণা গুণবাচক গবেষণার মাধ্যমে আরো অধিক নির্ভরযোগ্য হয় এবং গুণবাচক ও সংখ্যাবাচক তথ্যের জন্য প্রশ্নপত্র জরীপের মাধ্যমে সরাসরি সাক্ষাৎকার এবং গুণবাচক তথ্যের জন্য বিশদ সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়েছে। গুণবাচক তথ্য সংগ্রহকালীন প্রশ্নপত্র জরীপের সময় আধা কাঠামোগত প্রশ্নপত্রের মাধ্যমে সরাসরি সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়েছে এবং গুণবাচক তথ্য সংগ্রহের জন্য বিশদ সাক্ষাৎকার গ্রহণকালীন পথনির্দেশক সূত্র (Guideline) ব্যবহার করা হয়েছে। ৬০% মানুষ নাটক উপভোগ এবং বিনোদন প্রাপ্তির লক্ষ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন এবং শুধুমাত্র ৪০% মানুষ সংবাদ উপভোগের উদ্দেশ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে নেতিবাচক ভূমিকা পালন করেন। ৪৯.৭% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক ভূমিকা হিসেবে মানুষের অতিরিক্ত আধুনিকতার সৃষ্টিতে ভূমিকা পালন করে। ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে মানুষ রাজনীতিকে জানতে পারছে। উত্তরদাতাগণের ১৮৫ জনের মধ্যে ১১১ জন (৬০%) মনে করেন যে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া দলীয় রাজনীতির প্রতি অনিহা সৃষ্টি করে এবং ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক মনোবৃত্তি ও রাজনীতির প্রতি অনুপ্রেরণা হ্রাস করে মর্মে ৪০ শতাংশ উত্তরদাতা মনে করেন। ৭৫.১% উত্তরদাতা মনে করেন যে, দলীয় প্রধানের প্রতি আনুগত্যের কারণে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া রাজনৈতিক

দলের প্রতি ব্যবহারকারীদের আস্থার পরিবর্তনে কোন ভূমিকা পালন করতে পারছে না।

টেবিলের তালিকা

- টেবিল নং-০১: উত্তরদাতাগণের বয়স
- টেবিল নং-০২: উত্তরদাতাগণের পেশা
- টেবিল নং-০৩: উত্তরদাতাগণের পেশা
- টেবিল নং-০৪: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের প্রবণতা
- টেবিল নং-০৫: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া উপভোগের উদ্দেশ্য
- টেবিল নং-০৬: সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা
- টেবিল নং-০৭: সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ইতিবাচক ভূমিকা
- টেবিল নং-০৮: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার নেতিবাচক ভূমিকা
- টেবিল নং-০৯: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক আচরণে পরিবর্তনের ধরণ
- টেবিল নং-১০: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন
- টেবিল নং-১১: রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থার পরিবর্তন
- টেবিল নং-১২: রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থার পরিবর্তনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা রাখতে না পারার কারণসমূহ
- টেবিল নং-১৩: গুজব সৃষ্টিতে ফেইসবুকের সক্রিয়তা
- টেবিল নং-১৪: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীদের সবচেয়ে বেশি উপভোগকৃত সম্প্রচারসমূহ
- টেবিল নং-১৫: সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা
- টেবিল নং-১৬: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীগণের সবচেয়ে উপভোগকৃত সম্প্রচারসমূহ

প্রথম অধ্যায়: ভূমিকা

প্রথম অধ্যায়: ভূমিকা

জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার প্রভাব এবং বাংলাদেশের জীবন ব্যবস্থায় ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা সুদূর প্রসারি। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া বিনোদন, নাটক বা সংবাদের মাধ্যমে সমাজের সমস্যাগুলোকে তুলে ধরে এবং বিভিন্ন পরিস্থিতিতে মানুষের দৃষ্টিভঙ্গির পরিবর্তনে মানুষের উপর প্রভাব বিস্তার করে। বর্তমানে প্রায় প্রতিটি পরিবারে টেলিভিশন বা রেডিও রয়েছে। তাছাড়া, ইন্টারনেটের মাধ্যমে ভার্চুয়াল যোগাযোগ ছাড়াও অনলাইন পত্রিকা, ম্যাগাজিন ইত্যাদির মাধ্যমে মানুষ সহজে যেকোন তথ্য জানতে পারে। (Study Moose, 2016)। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদ খুব দ্রুত মানুষের কাছে পৌঁছায় এবং কখনো কখনো এইসব তথ্যসমূহকে ব্যবহার করে দুষ্কৃতিমহল সমাজে গুজব ছড়ায় (Rahman, Tania & Jahan, Israt, 2020)। জনগণ তাদের সংস্কৃতি, অর্থনীতি এবং একই ধরনের অনুষঙ্গ দ্বারা প্রভাবিত হয়। তাছাড়া, একজন ব্যক্তির বয়স, শিক্ষা, বাসস্থান, রাজনৈতিক মতাদর্শ প্রমুখ অনুষঙ্গসমূহের মাধ্যমে গড়ে উঠা মানুষের দৃষ্টিভঙ্গি মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদের দ্বারা প্রভাবিত হয় (Vu, Hong Tien et al., 2018)। যদিও জনমত গঠনে দৃষ্টিভঙ্গি ও মূল্যবোধ একটা গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে তথাপি কোন বিষয়ে জনমত গঠনের ক্ষেত্রে সেই বিষয়ের তাৎক্ষনিক পরিস্থিতি, ব্যক্তিবর্গের সামাজিক পরিবেশগত উপাদান এবং সেই বিষয়ে তাদের পূর্ববর্তী জ্ঞান অন্যতম প্রভাবকের ভূমিকা পালন করে। পূর্ববর্তী ধারণাকে অস্বীকারকারী নতুন বিষয় বা পরিপ্রেক্ষিতসমূহ মানুষের দৃষ্টিভঙ্গি পরিবর্তন করে দেয় (Davison, Public opinion, 2017)।

বিভিন্ন বিষয়ে দৃষ্টিভঙ্গি গঠিত হয়:

একদল মানুষ সম্পত্তি করার বিরোধিতা করে;

আরেকদল মানুষ এই সম্পত্তি কর পরিশোধে অক্ষম;

অপর এক দল মানুষ ইচ্ছাকৃতভাবে এই কর পরিশোধে অস্বীকার করে;

অন্য একদল মানুষ সরকারের কিছু নীতির সাথে দ্বিমত পোষণ করে;

আরেকদল মানুষ সরকারের অপচয়মূলক ব্যয়ের প্রতিবাদ করতে পারে।

ভিন্ন ভিন্ন আগ্রহ ও মূল্যবোধ থেকে সৃষ্ট পৃথক পৃথক ব্যক্তির মতামতগুলি দ্বারা জনমতের সমগোত্রিয় অংশটি প্রণীত হয়। একটি দৃষ্টিভঙ্গিকে অবশ্যই কার্যকরী হতে হবে। যদি কোন দৃষ্টিভঙ্গি কার্যসাধন না করে তবে সেটি গঠিত হওয়ার সম্ভাবনা নাই।

আরভিং ক্রেস্পি (Irving Crespi) চারটি বিষয়ের সমন্বয়ে দৃষ্টিভঙ্গিগত পদ্ধতির বিষয়ে আলোকপাত করেন। এই চারটি উপদানা হল: ১। মূল্যবোধ ও আগ্রহ ২। জ্ঞান ও বিশ্বাস ৩। অনুভূতিসমূহ এবং ৪। আচরণগত উদ্দেশ্য (Davison, Public opinion, 2017)।

জনমত:

সাধারণ অর্থে সংখ্যাগরিষ্ঠ জনগণের মতামতকেই জনমত বলে। জনমতের একটি সংজ্ঞা হলো কোন জনগোষ্ঠীর সকলের মতামত। জনমত হল রাজনৈতিক সমস্যা ও বিষয়সমূহের প্রতি মানুষের দৃষ্টিভঙ্গি ও বিশ্বাসের একটি সমষ্টি। একটা বিষয়কে জনমত হিসেবে বিবেচন করতে হলে নিম্নোক্ত চারটি বিষয়কে বিবেচনা করতে হবে। যেমন:

১। বিবেচনা করার জন্য একটি বিষয় থাকতে হবে

২। এই বিষয়ে জনমত প্রকাশ করার জন্য অবশ্যই একটা উল্লেখযোগ্য সংখ্যক ব্যক্তিবর্গ থাকতে হবে

৩। মতামতসমূহের মধ্যে অবশ্যই একটা মতৈক্য থাকতে হবে

৪। এই মতৈক্যটি অবশ্যই সরাসরি বা পরোক্ষভাবে প্রভাব বিস্তার করবে

জনমতের উপর প্রভাব বিস্তারকারীগণ তাত্ত্বিক বিষয়ের চেয়ে স্টেইকহোল্ডারদের মতামতকে কেন্দ্র করে ব্যবহারিক সমস্যার উপর অত্যধিক গুরুত্বারোপ করে (Davison, Public opinion, 2017)।

জনমতের ঐতিহাসিক পটভূমি:

আটারো শতকের পূর্ব পর্যন্ত জনমতের ধারণাটি প্রচলিত ছিল না। কিন্তু, ব্যাবিলীয় ও আশিরীয় সভ্যতার ইতিহাসে জনগনের দৃষ্টিভঙ্গির উৎস খুঁজে পাওয়া যায়। ইসলামী খেলাফতের খলিফাগণ ছদ্মবেশে জনগণের সাথে কথা বলত এবং তাঁদের শাসন সম্পর্কে জনগণের মতামত শুনত। গ্রিক দার্শনিক প্লেটুর মতে, দার্শনিক রাজার শাসন দ্বারা রাষ্ট্র পরিচালিত হবে যেখানে জনমতের কোন মূল্য নেই। কিন্তু, এ্যারিস্টটলের মতে, জনসমর্থন হারানো ব্যক্তি কখনো আর রাজা হিসেবে শাসন করতে পারে না (Davison, Public opinion, 2017)। রোমান লেখকরাও জনমতকে গুরুত্ব দিতেন না। ফরাসি দার্শনিক জ্যা জ্যাক রুশোর লেখনিতে সর্বপ্রথম জনমত শব্দটির প্রয়োগ দেখা যায়। রুশ বিপ্লবের সময় তিনি জনগণের মতকে বিধাতার মত বলে অভিহিত করেছেন। ইংল্যান্ডে জেরেমী বেনথাম জোরেশোরে বলেন যে, দেশের কুশাসন সামাজিকভাবে রোধ করার জন্য জনমত একটি বৈশিষ্ট্যপূর্ণ শক্তি এবং গণতন্ত্রের গুরুত্বপূর্ণ ভিত্তি (Banglapedia, ২০১৪)। ১৩ শতকের শেষের দিকে সাধারণ জনগণের শিক্ষার পরিধি বৃদ্ধি পেয়েছিল এবং ইতালিতে একদল লেখকের উদ্ভব হয়েছিল যাদের কেউ কেউ উপদেষ্টা এবং কূটনৈতিক হিসেবে চাকরি পেয়েছিল। ইতালির রাজনৈতিক দার্শনিক নিকোলো মেকিয়াভেলী (Niccolo Machiavelli) তিনি দি প্রিন্স (the Prince) গ্রন্থে লেখেন প্রিন্সদের জনপ্রিয় মতামতকে উপেক্ষা করা উচিত নয় বিশেষ করে কাজের বন্টনের ক্ষেত্রে। ১৫ শতকে ছাপাখানার আবিষ্কার এবং ষোল (১৬) শতকে প্রোটেস্টেন্ট রাজনৈতিক, সাংস্কৃতিক ও ধর্মীয় সংস্কারের ফলে সমসাময়িক বিষয়ের উপর মতামত ব্যক্ত করতে সক্ষম এমন মানুষের সংখ্যা বৃদ্ধি পায়। জার্মান পুরোহিত ও পণ্ডিত মার্টিন লুথারের (Martin Luther) ক্লাসিক্যাল ল্যাটিন ভাষা পরিত্যাগ ও জার্মান ভাষায় তার লেখা পঁচানব্বইটি (৯৫) গবেষণামূলক প্রবন্ধ যেগুলি সমগ্র ইউরোপজুড়ে ছাপানো ও বিতরণ করা হয়েছিল সেগুলি সমগ্র ইউরোপের ধর্মতাত্ত্বিক প্রকৃতিকে ঝাকুনি দিয়েছিল। বিভিন্ন ধর্মীয়, রাজবংশীয়, আঞ্চলিক ও বাণিজ্যিক প্রতিদ্বন্দ্বীদের মধ্যে চলমান ত্রিশ বছরের যুদ্ধ (Thirty Years War: 1618-1648) যা ১৬৪৮ সালে ওয়েস্টফেলিয়ান চুক্তির (Treaty of Westphalia) মাধ্যমে পরিসমাপ্ত হয়েছিল সেই যুদ্ধটি বক্তৃতা, ধর্মীয় উপদেশ ও মুখোমুখি আলোচনার মাধ্যমে জনমতকে অধিকতর গুরুত্বের সাথে বিবেচনা করার সুযোগ সৃষ্টি করেছিল। ১৬০০ সালে মুদ্রিত সংবাদপত্রের প্রচলন শুরু হয় এবং ১৭ শতকে বিখ্যাত ইউরোপিয়ান সংবাদ সংস্থা যাত্রার পাশাপাশি লন্ডনে মুদ্রার বিনিময় এবং বেতনভুক্ত সরকারি চাকরিজীবী

ও সৈনিক নিয়োগ প্রদান শুরু হয়। জ্যাকোয়াস নেকার (Jacques Necker) এর মতে, জনমত সকল মানব প্রতিষ্ঠানকে শক্তিশালী বা দুর্বল করে। তাঁর মতে, যারা পড়তে ও লিখতে পারে, শহরে বসবাস করে, দৈনন্দিন খবরাখবর সম্পর্কে অবগত থাকে এবং যাদের সরকারী সিকিউরিটি ক্রয় করার টাকা আছে তারাই জনমত গঠন করে। ১৮ শতকের শেষের দিকে বৈপ্লবিক জনমত ১৩টি উত্তর আমেরিকার বৃটিশ উপনিবেশে ছড়িয়ে পড়ে। ফ্রান্সে মধ্যবিত্ত ও শহরে বসবাসকারী জনসাধারণের মধ্যে গড়ে উঠা জনমত ফরাসী বিপ্লবের সূত্রপাত ঘটায়। ১৯ শতকে সামাজিক শ্রেণী তত্ত্ব উদ্ভবে সাথে সাথে কিছু কিছু পন্ডিত জনমতকে উচ্চ স্তরের মানুষের চিন্তার ক্ষেত্র হিসেবে বিবেচনা করত। জার্মান দার্শনিক জর্জ উইলহেল্ম ফ্রেডরিক হেগেল (১৭৭০-১৮৩১) মনে করেন, জনমতে সত্য ও মিথ্যার সংমিশ্রণ থাকে এবং এই দুইয়ের মধ্যে পার্থক্য চিহ্নিত করা মহৎ ব্যক্তির কাজ। ১৯ শতকের শেষের দিকে এবং ২০ শতকের প্রথম দিকে, ইংরেজ বিচারক ও ইতিহাসবিদ জেমস ব্রিস (James Bryce) লেখেন, জনগনের সম্মতি একটা জাতিকে স্থিতিশীলতা ও শক্তি দান করে (Davison, Public opinion, 2017)। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে ১৯৩৬ সালের রাষ্ট্রপতি নির্বাচনের সময় থেকে শুরু হয় বৃহৎ জনগোষ্ঠীর কিছু নমুনা অংশের মতামতের উপর ভিত্তি করে জনমত জরিপের পদ্ধতি। গবেষকরা জনমত জরীফ পদ্ধতি ব্যবহার করে একটা দেশের জনগোষ্ঠীকে কয়েক ভাগে বিভক্ত করেছেন। যেমন: সাধারণ জনগোষ্ঠী, মনোযোগী জনগোষ্ঠী, জ্ঞাত বা সচেতন জনগোষ্ঠী এবং উচ্চ পর্যায়ের জনগোষ্ঠী (Banglapedia, ২০১৪)।

জনমতের উপর প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানসমূহ:

পরিবেশগত উপাদান: মতামত ও দৃষ্টিভঙ্গির উন্নয়নে পরিবেশগত উপাদানগুলি সমালোচকের ভূমিকা পালন করে। সামাজিক পরিবেশ বলতে পরিবার, বন্ধু-বান্ধব, প্রতিবেশী, কর্মস্থল, ধর্মীয় প্রতিষ্ঠান বা শিক্ষা প্রতিষ্ঠান প্রভৃতিকে বোঝানো হয়। মানুষ সাধারণত তাদের অনুভূতিসমূহ বিদ্যমান সামাজিক গোষ্ঠীসমূহের সাথে সামঞ্জস্য বিধান করে। যদি একজন বিএনপি সমর্থক তার পরিবারে বা কর্মস্থলে আওয়ামীলীগ সমর্থিত ব্যক্তিবর্গ দ্বারা পরিবেষ্টিত থাকে, তবে, তার আওয়ামীলীগ সমর্থিত প্রার্থীকে ভোট দেওয়ার সম্ভাবনা বেশি (Davison, Public opinion, 2017)।

গণমাধ্যম: সংবাদ মাধ্যমগুলি কতিপয় ব্যক্তিত্ব ও বিষয়সমূহের উপর জনগনের দৃষ্টি আকর্ষণ করে এবং মানুষকে তাদের মতামত গঠনে প্রভাবিত করে। সংবাদপত্র, রেডিও, টেলিভিশন এবং ইমেইল ও ব্লগসহ ইন্টারনেট প্রতিষ্ঠিত দৃষ্টিভঙ্গি ও মতামতকে সুনিশ্চিত করে। যেমন: যেসকল ভোটদাতাগণ কোন দল বা প্রার্থীকে হালকা পছন্দ করেন সেসকল নির্বাচকমন্ডলী সংবাদ মাধ্যমগুলির দ্বারা প্রভাবিত হয়ে ভোটের পাশাপাশি আর্থিক সাহায্য বা গণমাধ্যমের সাহায্যে একটা সংগঠনকে সহযোগিতা করে পারে। গণমাধ্যমের দ্বারা মানুষ একটি বৃহৎ অঞ্চলজুড়ে অন্যান্য সকল মানুষের মতামত জানতে পারার কারণে গণমাধ্যমের সাহায্যে জনমত গঠন করা সম্ভব হয়। উন্নয়নশীল বিশ্বে, অক্ষরজ্ঞান সম্পন্ন মানুষ সংবাদপত্রের সাহায্যে এবং অক্ষরজ্ঞানহীন মানুষ রেডিও ও টেলিভিশনের মাধ্যমে সংবাদ জানার চেষ্টা করে (Davison, Public opinion, 2017)। যখন কোন গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে সরকার তথ্য গোপন করে সেক্ষেত্রে সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমে জনগন অনেক ক্ষেত্রে গুজবের দ্বারা প্রভাবিত ও প্রতারণিত হয় (Rahman, Tania & Jahan, Israt, 2020)।

স্বার্থশ্বেষী গোষ্ঠী (Interest Groups):

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মাধ্যমে চাপসৃষ্টিকারী গোষ্ঠী, এনজিও, ধর্মীয় গোষ্ঠীসমূহ এবং শ্রমিক ইউনিয়নসমূহ রাজনৈতিক, অর্থনৈতিক বা মতদর্শগত বিষয়ে জনমত গঠনের ক্ষেত্র তৈরী করে। যথাযথ নমুনা পদ্ধতি অনুসরণ না করে অনানুষ্ঠানিক উপায়ে ভোট বা ফোন কল বা ইন্টারনেটের মাধ্যমে ভোট (Straw Vote) গ্রহণ করে নিয়মবহির্ভূতভাবে জরীপ (poll) চালায় এবং এই জরীপের ফলাফল বিশ্বাসযোগ্য মিডিয়ায় প্রকাশ করে। স্বীকৃত সংবাদপত্র বা অনলাইন সংবাদ মাধ্যমে প্রকাশিত এই জরীপের উদ্ভূতি দিয়ে স্বার্থশ্বেষী গোষ্ঠীসমূহ জনমতকে প্রভাবিত করে (Davison, Public opinion, 2017)।

মিডিয়া:

মিডিয়া (Media) শব্দটি সর্বপ্রথম ব্যবহার করেন কানাডার একজন অধ্যাপক ও দার্শনিক মার্শাল ম্যাকলোহান (Marshall McLuhan (১৯১১-১৯৮০)। ১৯৬০ এর দশকের মাঝামাঝি সময়ে যুক্তরাষ্ট্র, কানাডা ও যুক্তরাজ্যে এই মিডিয়া (Media) শব্দটির ব্যাপক প্রচলন শুরু হয়। সাধারণত যোগাযোগের সকল মাধ্যমকে মিডিয়া বলে। মিডিয়া শব্দটি দ্বারা সংবাদ, সঙ্গীত, নাটক, শিক্ষা এবং অন্যান্য তথ্য

সম্প্রচারকারী যোগাযোগের চ্যানেলসমূহকে বুঝায়। মিডিয়া বলতে দৃশ্যমান ও অনলাইন উভয় মাধ্যমকে বুঝায় যেমন: সংবাদপত্র, ম্যাগাজিন, টেলিভিশন, রেডিও, বিলবোর্ড, টেলিফোন, ইন্টারনেট ও ফ্যাক্স (□□□□□, □□□□)□ সংবাদ প্রেরণকারী এবং গ্রহণকারীর মধ্যকার যোগাযোগের মাধ্যমসমূহকে মিডিয়া বলে (Devereux, 2014)। ডিজিটাল (Digital) শব্দটি মিডিয়া ও যোগাযোগ বিষয়ে অধ্যয়নের একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে উপনীত হয়েছে। নেটওয়ার্ক ও কম্পিউটার ভিত্তিক যোগাযোগ গণতান্ত্রিক ও সামাজিক সংগঠনসমূহের একটি গুরুত্বপূর্ণ সাধারণ বৈশিষ্ট্যরূপে আবির্ভূত হয়েছে (Dennis Nguyen, 2020)। ১৮৪১ সালে থমাস কার্লাইল বলেছিলেন, মিডিয়া হচ্ছে গণতান্ত্রিক সমাজের একটি অবিচ্ছেদ্য অঙ্গ, বিশেষ করে সংসদীয় ব্যবস্থাকে কার্যকরভাবে এগিয়ে নিতে মিডিয়ার ভূমিকা অনবদ্য।

মিডিয়ার প্রকারভেদ:

- প্রিন্ট মিডিয়া
- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া

মিডিয়াকে প্রধানত দুই ভাগে ভাগ করা যায়। যেমন: সম্প্রচার (Broadcast) মাধ্যম ও মুদ্রিত (print) মাধ্যম।

যেসকল সংবাদ মাধ্যমসমূহ ছাপখানায় মুদ্রিত হয়ে সংবাদপত্র, ম্যাগাজিন ইত্যাদি হিসেবে পাঠকের নিকট আসে সেসকল মাধ্যমসমূহকে মুদ্রিত মাধ্যম বলা হয়। যেমন: সংবাদপত্র, ম্যাগাজিন, জর্নাল, বই ও প্রতিবেদন ইত্যাদি।

যেসকল মাধ্যম ইলেক্ট্রনিক যন্ত্র বা প্রযুক্তি ব্যবহার করে শ্রোতামন্ডলি বা পাঠকবর্গের নিকট আসে সেসকল মাধ্যমসমূহকে সম্প্রচার মাধ্যম বলা হয়। সম্প্রচার মাধ্যমসমূহ হল: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার বিভিন্ন ধরন আছে যেমন: টেলিভিশন, রেডিও, ভিডিওট্যেপ, কম্পিউটারের মাধ্যমে ইন্টারনেট (Study Moose, 2016)। সম্প্রচার মাধ্যমসমূহকে: রেডিও, টেলিভিশন, ইন্টারনেট বৈদ্যুতিক প্রযুক্তিগত মাধ্যমও (Electronic Media) বলা হয়ে থাকে। সাধারণত টেলিভিশন ও রেডিও কে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া চিহ্নিত করা হয়। বর্তমানে ইন্টারনেটের কল্যাণে অনলাইন মিডিয়া নামে নতুন এক ধরনের মিডিয়ার সৃষ্টি হয়েছে। সোশ্যাল

মিডিয়াগুলিও এই অনলাইন মিডয়ার আওতায় পড়ে। ফলে সামাজিক মাধ্যমগুলোও (social Media) সম্প্রচার মাধ্যম বা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া হিসেবে জনপ্রিয়তা লাভ করেছে। অনলাইন যোগাযোগ মাধ্যমসমূহকে একত্রে সামাজিক মাধ্যম (social media) বলে। সামাজিক নেটওয়ার্কিং এর সাথে সম্পর্কিত ওয়েবসাইট ও এ্যাপসসমূহকে সামাজিক যোগাযোগ হিসেবে বিবেচনা করা হয়। যেমন: ফেইসবুক (Facebook), টুইটার (Twitter), গুগল (Google), ইন্সটগ্রাম (Instagram), মাইক্রোলগিং (microblogging), ফোরাম (Forums), সোশাল বুকমার্কিং (Social Bookmarking), ওইকিস (wikis) এবং সোশাল কিউরেশন (Social Curation) (□□□□□, □□□□)□

সম্প্রচার বা সংরক্ষণ মাধ্যমসমূহ হল টেলিভিশন, রেডিও, ইন্টারনেট, ফ্যাক্স, সিডি-রুমস, ডিভিডি, ইত্যাদি যা বৈদ্যুতিক প্রযুক্তির সুবিধা গ্রহণ করে। সংরক্ষণ মাধ্যমসমূহ ডিএনএ ও আরএনএ, হস্তলেখন, ফনোগ্রাফিক রেকর্ডিং, ম্যাগনেটিক টেইপ এবং অপটিক্যাল ডিস্কসমূহের মাধ্যমে তথ্য রেকর্ড করে। ম্যশিন রিড্যাবল মাধ্যমসূহে সংরক্ষিত ডাটাসমূহকে ডিজিটাল ডাটা বলে (Data Storage, 2018)।

গণমাধ্যম:

ব্যাপক সংখ্যক মানুষের নিকট সংবাদ পরিবেশিত হওয়ার মাধ্যমসমূহকে গণমাধ্যম বলা হয়। সংবাদ ও তথ্য পাওয়ার জন্য যেসকল উৎসসমূহকে অধিকাংশ জনগন ব্যবহার করে সেসকল উৎসসমূহকে গণমাধ্যম হিসেবে বিবেচনা করা হয়। এটা একটা প্রযুক্তি যা বেশিরভাগ দর্শকদের নিকট পৌঁছতে পারে। রাজনৈতিক ও সামাজিক বিষয়সমূহ, বিনোদনমূলক ও সাহিত্যের সংবাদ পেতে জনগণ সাধারণত গণমাধ্যমের উপর নির্ভর করে। সর্বাধিক প্রচলিত গণমাধ্যমের প্ল্যাটফর্মগুলো হচ্ছে সংবাদপত্র, ম্যাগাজিন, রেডিও, টেলিভিশন ও ইন্টারনেট (Medoff, Norman J. and Kaye, Barbara K., 2017)। গণমাধ্যম হল মিডিয়া প্রযুক্তির একটি বহুমুখী ব্যবস্থার সমাহার যা গণযোগাযোগের মাধ্যমে ব্যাপকসংখ্যক দর্শক ও শ্রোতার নিকট পৌঁছতে পারে (Wikipedia, Mass Media, 2021)।

সংবাদপত্র ও ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া দুটি ভিন্ন বৈশিষ্ট্য হলেও দুটিই শক্তিশালী গণমাধ্যম। সংবাদপত্র হচ্ছে গণমাধ্যমের প্রকৃত প্ল্যাটফর্ম। ১৮৯০ সালে রেডিও আবিষ্কৃত হয় যেখানে রাজনৈতিক, সামাজিক বিষয়সমূহ এবং বিনোদনের সর্বশেষ

সংবাদ পরিবেশন করা হতো। পরবর্তীতে টেলিভিশনের প্রচলন হলে রেডিওর গুরুত্ব কমে আসে। ১৯৯৫ সালে পৃথিবীর জনসংখ্যার মাত্র এক শতাংশ (১%) অনলাইনে সংযুক্ত ছিল। কিন্তু, বর্তমানে পৃথিবীর জনসংখ্যার ঊনপঞ্চাশ শতাংশ (৪৯%) অনলাইনের আওতায় রয়েছে (□□□□□, □□□□□)□

বাংলাদেশে গণমাধ্যমের যাত্রা:

খ্রিস্টধর্মের সপক্ষে প্রচার চালানোর লক্ষ্যে ভারতীয় উপমহাদেশে ‘সমাচার দর্পন’ নামে ১৮১৮ সালে সর্বপ্রথম সংবাদপত্র প্রকাশিত হয়। তবে মানুষের মতামত গঠনের উদ্দেশ্যে ১৮২২ সালে রাজা রামমোহন রায় ‘মিরাতুল আখবার’ নামে ফার্সি ভাষায় (Wikipedia, Mirat Ul Akhbar, 2020) এবং ১৮২১ সালে ‘সংবাদ কৌমুদী’ নামে বাংলায় দুটি সংবাদপত্র প্রকাশ করেন (Wikipedia, Sambad Kaumudi, 2020)। ১৮৭৮ সালে ভাইসরয় লর্ড রিটন ভার্নাকুলার প্রথম প্রেস অ্যাক্ট তৈরী করেছেন (আহমদ, ২০১২)।

১৮৫৭ সালে প্রণীত সেই ক্যানিং ল' বা ১৫ নম্বর আইন থেকে ১৯৪৭ সাল পর্যন্ত এমনকি তার পরেও এ লক্ষ্যে এ দেশে বহু আইন প্রণীত হয়েছে তারই ধারাবাহিকতায়। বেশ কিছু আইন যেমন : অফিসিয়াল সিক্রেট অ্যাক্ট (১৯২৩), প্রিন্টিং প্রেস অ্যান্ড পাবলিকেশন অ্যাক্ট (১৯৭৪), স্পেশাল পাওয়ার অ্যাক্ট (১৯৭৪), দি নিউজপেপারস (অ্যানালমেন্ট অ্যান্ড ডিক্লারেশন) অর্ডিন্যান্স (১৯৭৫), দি টেলিগ্রাফ অ্যাক্ট (১৮৮৫), দি কোড অব ক্রিমিন্যাল প্রসিডিউর (১৮৯৮), দি পেনাল কোড (১৮৬০), দি কনটেম্পট অব কোর্ট (১৯২৬), দি ওয়্যারলেস অ্যান্ড টেলিগ্রাফ অ্যাক্ট (১৯৩৩), দি প্রেস কাউন্সিল অ্যাক্ট (১৯৭৪), বাংলাদেশ গভর্নমেন্ট সার্ভেন্ট (কন্ডাক্ট) রুলস (১৯৭৯), ওথ অব সিক্রেসি অ্যান্ড আর্টিকেল ৩৯ অব বাংলাদেশ কনস্টিটিউশন, ইমার্জেন্সি পাওয়ার অর্ডিন্যান্স (১৯৭৪), ল' অব ডিফামেশন, অ্যাডভারটাইজমেন্ট ডিস্ট্রিবিউশন পলিসি (১৯৭৬, ১৯৮৭), অ্যাডভারটাইজিং পলিসি অব বাংলাদেশ বেতার (১৯৭৯), বাংলাদেশ টেলিভিশন ফিল্ম সেন্সর গাইডলাইন্স অ্যান্ড রুলস (১৯৮৫), গাইডলাইন্স ফর রেডিও, টেলিভিশন প্রোগ্রাম (১৯৮৬), মার্শাল ল' অর্ডিন্যান্স, অর্ডারস অ্যান্ড রেগুলেশন্স (১৯৭০-১৯৯০), দি কমিউনিটি রেডিও ইন্সটলেশন, অপারেশন অ্যান্ড ব্রডকাস্টিং পলিসি (২০০৮), রাইট টু ইনফরমেশন অ্যাক্ট (২০০৯), দি প্রাইভেট ব্রডকাস্টিং পলিসি (২০১০-

খসড়া) প্রভৃতি আইন, বিধি, রুলস, রেগুলেশন, আদেশ, অধ্যাদেশ প্রতিটিই বাংলাদেশের গণমাধ্যম পরিচালনায় ভূমিকা রেখেছে। বাংলাদেশে মিডিয়া সংবাদ পরিবেশন ও জনমত গঠন উভয় ভূমিকাই পালন করে। গণমাধ্যমে মানুষের সুখ-দুঃখ, আনন্দ-বেদনা, সংকট ও সম্ভাবনার কথা এবং স্বপ্ন পূরণের কথা উঠে আসে। আজকের দিনে মাল্টিমিডিয়া, নিউমিডিয়া, হাইপার মিডিয়া, সংবাদ মাধ্যম, প্রিন্ট কিংবা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া, সোশ্যাল মিডিয়া, ডিজিটাল মিডিয়া ইত্যাদি আরও হরেক রকম প্রকারভেদ নিয়ে এগুলো পৃথক এবং সম্মিলিতভাবে মিডিয়া ডিনামিঙ্গ আকারে ভূমিকা পালন করে চলেছে। মিডিয়া 'ওয়াচ ডগ' বা 'গার্ডিয়ান অব পাবলিক রাইট' এর ভূমিকা পালন করছে, গণতন্ত্র সুরক্ষিত রাখছে এবং রাজনৈতিক সৌন্দর্য ধরে রেখেছে (Ajker Bangladesh, 2019)। বাংলাদেশের মিডিয়া প্রতিষ্ঠানগুলোও আজ মৌলিকভাবে বহু ধারার পরিবর্তে দ্বিধারায় বিভক্ত। মিডিয়া প্রতিষ্ঠানগুলোও আজ সে কারণে অপসাংবাদিকতা বা হলুদ সাংবাদিকতার অপবাদ গায়ে জড়িয়ে ফেলেছে। পৃথিবীর সবচেয়ে উন্নত দেশ খোদ মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রেও রাজনীতির আনুগত্য নিয়ে মিডিয়া বিভাজন রয়েছে। যেমন : কনজারভেটিভস এবং রিপাবলিকানরা 'ফক্স নিউজ' (Fox News) থেকে প্রাপ্ত সংবাদ পড়তে আগ্রহী। তারা এটিকে তাদের পক্ষের মিডিয়া মনে করে। অন্যদিকে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের রিপাবলিকান দলের সমর্থকগণ (Republican Party) যুক্তরাষ্ট্র ভিত্তিক সংবাদ মাধ্যম Cable News Network (CNN) এ প্রচারিত সংবাদসমূহকে বেশি আস্থার সাথে উপভোগ করেন। তবে এসব দেশে একটা নূন্যতম মূল্যবোধ বজায় রেখে মিডিয়া তাদের দায়িত্ব পালন করে থাকে। বাংলাদেশের মিডিয়া অনেক সময় ঘটনার রিপোর্ট করে না বরং নিজেদের মনমতো রিপোর্ট করার জন্য ঘটনা ঘটাতে সহায়তা করে। আর সুযোগ সৃষ্টি হয়েছে গণমাধ্যম বা মিডিয়ার প্রতি সাধারণ মানুষের অবিশ্বাস ও অনাস্থা তৈরির। এভাবে বাংলাদেশে মিডিয়া এখন ইচ্ছা অনুযায়ী অ্যাক্টিভিস্টের ভূমিকাও পালন করতে চেষ্টা করছে (Ajker Bangladesh, 2019)।

জনমত ও ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া:

চলচ্চিত্র, রেডিও এবং টেলিভিশনকে জনসংযোগ ও জনমত গঠনের উত্তম বাহন বলা হয়। চলচ্চিত্রের মাধ্যমে সামাজিক ও রাষ্ট্রীয় জীবনের চিত্র জনসাধারণের সামনে তুলে ধরা হয়। তবে সাধারণ জনগণের পর্যায়ে টেলিভিশন তেমন ঢুকতে পারে নি, কারণ দেশের অধিকাংশ গ্রামাঞ্চলে এখনও বিদ্যুৎ পৌঁছেনি।

স্যাটেলাইটের মাধ্যমে যে টেলিভিশন অনুষ্ঠানগুলো দেখা যায় তা প্রায় সবই বিনোদনমূলক। এদেশে জনমতের প্রধান ব্যবহারকারী হচ্ছে রাজনৈতিক দল, ব্যবসা ও শিল্প প্রতিষ্ঠান (Banglapedia, ২০১৪)। বাংলাদেশের সংবিধানেও এ কথার স্বীকৃতি মিলেছে। সংবিধানের ৭(১) অনুচ্ছেদে বলা হয়েছে, ‘প্রজাতন্ত্রের সকল ক্ষমতার মালিক’। সপ্তদশ শতক থেকেই গণতন্ত্রে নির্বাচন একটি অলঙ্ঘনীয় বাস্তবতা। নির্বাচনের মাধ্যমে আইন সভা, আঞ্চলিক এবং স্থানীয় সরকারের প্রতিনিধি বাছাই করা হয়। আধুনিক গণতন্ত্রে প্রতিনিধি বাছাইয়ের পন্থা হচ্ছে নির্বাচন। অতীতে নির্বাচনকে শাসকগোষ্ঠীর একটি প্রতিষ্ঠান হিসেবে গণ্য করা হতো এবং রাজনৈতিক ক্ষমতার বেশির ভাগই পূরণ করা হতো জনমতভিত্তিক বাছাইয়ের মাধ্যমে। সঙ্কীর্ণতা ও আত্মকেন্দ্রিকতা সে অবস্থায় বিচ্যুতি ঘটিয়েছে। ফলে স্থান, কাল ও পাত্রভেদে জনমতের গুরুত্ব ও গণতন্ত্রের স্বরূপও ভিন্ন। গণরায়ের ভিত্তিতে জনপ্রতিনিধি নির্বাচনের ঐতিহ্য প্রাচীনই বলা যায়। প্রাচীন গ্রিস ও রোমে নির্বাচন পদ্ধতির প্রয়োগ ছিল সীমিত আকারে। পুরো মধ্যযুগেও রোমান সম্রাট ও পোপের মত শাসক বাছাই করতে নির্বাচনপদ্ধতি অনুসরণ করা হত (Wikipedia, Papal selection before 1059, 2021)। বাংলায় মধ্যযুগের গোড়ার দিকে পাল রাজাদের মধ্যে ‘গোপাল’ বাছাই করা হত মতামতের মাধ্যমে (মোস্তফা, ২০১৯)।

বর্তমান সময়ে সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো যেন হয়ে উঠছে জনমত গঠনের প্লাটফর্ম। এই সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলোকে কেন্দ্র করেই যে কোনো জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক ইস্যুতে সবাই একত্রিত হচ্ছে। ফেসবুক এ ক্ষেত্রে সবচেয়ে বেশি এগিয়ে রয়েছে। ফেসবুক, টুইটার ও ব্লগসহ ইন্টারনেট সামাজিক যোগাযোগের নানা ওয়েবসাইটেও তনু হত্যাকাণ্ডের বিচার নিয়ে সরব তরুণ প্রজন্ম ^১। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে গঠিত জনমতের ফলে মাত্র ১৭ কার্যদিবসে

^১ কুমিল্লা ভিক্টোরিয়া কলেজের ইতিহাস বিভাগের স্নাতক (সম্মান) দ্বিতীয় বর্ষের ছাত্রী, থিয়েটারের নাট্যকর্মী সোহাগী জাহান তনু (১৯) কে ২০১৬ সালের ২০ মার্চ রাতে কুমিল্লা ক্যান্টনমেন্টের ভেতরে হত্যা করা হয়। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে এ হত্যার প্রতিবাদে বিভিন্ন ইভেন্ট খুলে বিচার চেয়েছেন সচেতন মানুষ। ফলে কুমিল্লার তনু হত্যাকাণ্ডের ক্ষোভের আগুন ইতিমধ্যে ছড়িয়ে পড়েছে সারা দেশে। খণ্ড খণ্ড প্রতিবাদ, আন্দোলন, ক্ষোভ আর বিক্ষোভে ফুঁসছে সারা দেশ। ফেসবুকের মাধ্যমে একত্রিত হয়েই গণজাগরণ মঞ্চে ২৫ মার্চ বিকেলে সবাই সমবেত হয়ে সুষ্ঠু বিচারের দাবি জানায়। গণজাগরণ মঞ্চের মুখপাত্র, মানবাধিকার

দেশজুড়ে আলোচিত রাজন হত্যা মামলার রায় ঘোষিত হয়^২। একই দিনে রাকিব হত্যা মামলার রায়ও ঘোষিত হয়। এত দ্রুত রায় আসার ঘটনা বাংলাদেশের ইতিহাসে বিরল হলেও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে গড়ে উঠা জনমতের ফলেই তা সম্ভব হয়েছে^৩। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে গড়ে উঠা জনমতের কল্যাণেই বেসরকারী বিশ্ববিদ্যালয়ের শিক্ষা ক্ষেত্রে আরোপিত ৭.৫% ভ্যাটের বিরোধিতা করে গড়ে উঠা শিক্ষার্থীদের আন্দোলন ‘নো ভ্যাট মুভমেন্ট’ও শেষ পর্যন্ত

কর্মী, সাধারণ জনগণ- সবার মুখেই ছিল একই কথা, আমরা এর বিচার চাই। অনেকে এমনও বলেন, আমরা এই প্রজন্ম চত্বর থেকে যেমন যুদ্ধাপরাধীদের বিচার দেখেছি, তেমনি দেখতে চাই তনু হত্যাকাণ্ডের বিচার। এছাড়াও ধর্ষণ ও হত্যাকারীদের বিচার দাবিতে সম্মিলিত সাংস্কৃতিক জোট, গ্রুপ থিয়েটার ফেডারেশন, পথনাটক পরিষদসহ সাংস্কৃতিক কর্মীদের দুর্বীর আন্দোলনের আহ্বান জানিয়ে ফেসবুকে স্ট্যাটাস দিয়েছেন নাট্যব্যক্তিত্ব নাসির উদ্দীন ইউসুফ। ২০১৬ সালের ২০ মার্চ কুমিল্লা ক্যান্টনমেন্টের ভেতরে তনুর লাশ পাওয়া যায় (BBC, 2018)।

^২ ২০১৫ সালের ৮ জুলাই সিলেট নগরীর কুমারগাঁয়ে শিশু সামিউল আলম রাজনকে চুরির অভিযোগে নির্মমভাবে নির্যাতন করে হত্যা করা হয় এবং তার ভিডিও চিত্রও ধারণ করা হয়। এই ছবি এবং ভিডিও চিত্র সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এবং গণমাধ্যমে ছড়িয়ে পড়লে দেশে-বিদেশে ব্যাপক সমালোচনার ঝড় ওঠে। প্রতিবাদে বিক্ষুব্ধ হয়ে ওঠে গোটা দেশ। ঘটনা এতই তীব্রতর রূপ ধারণ করে যে, প্রশাসন নড়েচড়ে বসতে বাধ্য হয়। আর জনতার স্বতঃস্ফূর্ত সহায়তায় একে একে গ্রেফতার হতে থাকে রাজন হত্যাকারীরা। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে গঠিত জনমতের ফলে মাত্র ১৭ কার্যদিবসে ঘোষিত হয় দেশজুড়ে আলোচিত রাজন হত্যা মামলার রায় ঘোষিত হয় (BBC, 2017)।

^৩ ২০১৬ সালের ৩ আগস্ট খুলনার টুটুপাড়া কবরখানা মোড়ের একটি ওয়ার্কশপে মোটরসাইকেলে হাওয়া দেয়ার কম্প্রসার মেশিনের মাধ্যমে মলদ্বারে হাওয়া ঢুকিয়ে হত্যা করা হয় রাকিবকে। এই দুই মামলার রায় ঘোষণা করা হয় একই দিনে। এত দ্রুত মামলার রায় আসার ঘটনা বাংলাদেশের ইতিহাসে বিরল! আর এ সবকে সফল করতে সহায়ক হয়েছে ইন্টারনেট ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে গড়ে ওঠা জনমত (BBC, 2015)।

গণজাগরণ মঞ্চের প্রতিষ্ঠা ও যুদ্ধাপরাধীর রায় কার্যকরে সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো জনমত গঠনে সক্ষম হয়েছিল⁵। শুধু জাতীয় নয়, আন্তর্জাতিকভাবেও

⁴ বাংলাদেশের বেসরকারি বিশ্ববিদ্যালয়ের শিক্ষার্থীদের ‘নো ভ্যাট মুভমেন্ট’ শুরু হয় ২০১৫ সালের ডিসেম্বরে। সরকার বেসরকারি বিশ্ববিদ্যালয়ে শিক্ষা ক্ষেত্রে ৭.৫% ভ্যাট আরোপ করে কিন্তু শিক্ষার্থীরা তা মানতে নারাজ। তারা একত্রিত হতে থাকে সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলোর মাধ্যমে। এখানে তারা জনমত গঠনে তৎপর হয়। পরবর্তী সময় ‘ভ্যাট নয়, গুলি কর’- এমন প্ল্যাকার্ড বুকে ঝুলিয়ে তারা রাজপথে নামে। তারা সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো ব্যবহার করে বিশ্বের বিভিন্ন দেশে সেই সময়ে ঘটে যাওয়া নানা আন্দোলন শেয়ার করে এবং আন্দোলনকে ঐক্যবদ্ধভাবে এগিয়ে নিয়ে বন্ধপরিষ্কার হয়। ফেসবুকে অনেকে স্ট্যাটাস দেয়- ‘আমরা সাধারণ ছাত্র, এটিএম বুথ নই।’ আবার অনেকে লেখে- ‘সাধারণ ছাত্রদের ক্ষমতাকে ছোট করে দেখবেন না’। অনেকে সহযোগীদের উদ্বুদ্ধ করার জন্য ফেসবুকে স্ট্যাটাস দেয়- ‘We are students, we are Fighters.’ অনেকে আবার ফেসবুকে মন্তব্য বা কর্তৃপক্ষের বক্তব্যকে নিয়ে হাস্য-রসাত্মক ছবি, কमेंটস পোস্ট করে। তেমনি একটি হল- আন্দোলন চলাকালীন অর্থমন্ত্রীর বক্তব্য- ‘ভ্যাট দিবে বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃপক্ষ, ছাত্রছাত্রী নয়!!’ জবাবে আন্দোলনকারীদের একজন পোস্ট করেন- ‘দুধ দিবে খামারিরা! গরু ছাগল নয়!!’। এভাবেই জনমত গড়ে উঠতে থাকে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে। এসব জনমতক গঠনের ক্ষেত্রে দেখা যায়, সহযোগীরা সবাই মিলে একটা গ্রুপ গঠন করে। আর সবাই ফেসবুকে সেই গ্রুপের সদস্য হিসেবে যোগ দেয়। ফেসবুক বা সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলোর মাধ্যমেই এসব আন্দোলনের পরবর্তী কর্মসূচি সবাইকে জানিয়ে দেয়া হয়। ‘নো ভ্যাট মুভমেন্ট’ শেষ পর্যন্ত সাফল্যও অর্জন করে। আন্দোলনকারীরা তাদের সাফল্যের কথাও জানিয়ে দেয় ফেসবুক স্ট্যাটাসে। সাকিব চৌধুরী নামে এক ছাত্র সেই সময়ে তার স্ট্যাটাসে লেখেন- ‘আবারও প্রমাণিত সেই ’৫২ থেকে ২০১৫ ছাত্ররাই সব শুভ আন্দোলন সফল করেছে’ (The Daily Star, 2015)।

⁵ ১৯৭১ সালের মানবতাবিরোধী অপরাধে দণ্ডিতদের ফাঁসি আদেশ প্রদান এবং তা কার্যকর করা হয় এই সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো বিশেষ করে ফেসবুক, ব্লগ, টুইটার এসবের মাধ্যমেই এবং সেই সময়ে জনমত গড়ে ওঠে এবং প্রতিষ্ঠা পায় গণজাগরণ মঞ্চ। ১৯৭১ সালের পর এই প্রথম কোনো জাতীয় ইস্যুতে সারা জাতিকে

সামাজিক যোগাযোগের এই মাধ্যমগুলোই হয়ে উঠছে জনমত গঠনের প্লাটফর্ম। ২০১০ সালের শুরু থেকে আরব বিশ্বের বিভিন্ন দেশে বয়ে যাওয়া গণবিক্ষোভের ঝড়কেই পশ্চিমা সাংবাদিকরা আরব বসন্ত হিসেবে অভিহিত করেছেন। আর আরব বসন্তের জের ধরেই তিউনিশিয়ার জেন এল আবেদিন বেনআলী, মিসরের হোসনী মোবারক, লিবিয়ার মুয়াম্মার গাদ্দাফীর পতন ঘটে। এসব আন্দোলনকে এগিয়ে নিতে এবং জনমত গঠন করতে ব্যবহার করা হয় ফেসবুক, টুইটারের মতো সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম।

এছাড়া গণমাধ্যম ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে সবকিছুকে ছাপিয়ে যে মানবিক বিষয়টি স্থান করে নেয় তা হল- তুরস্কের ভূ-মধ্যসাগরের তীরে পড়ে থাকা সিরীয় শিশু আইলানের মৃতদেহ (Aljazeera, 2018)। তুর্কি সাংবাদিক নিলুফার দামিরের তোলা এই ছবিটি বিশ্ব বিবেককে কাঁপিয়ে তোলে (Wikipedia, Nilüfer Demir, 2020)। ফেসবুক, টুইটার, ব্লগে প্রতিবাদের ঝড় গড়ে উঠতে থাকে। এক্ষেত্রেও জনমত গঠনের প্লাটফর্ম হয়ে উঠে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলো।



সিরীয় শিশু আইলানের মৃতদেহ (Wikipedia, Death of Alan Kurdi, 2021)।

এক করতে পেরেছিল এই সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো। যার সূত্র ধরে কাদের মোল্লাসহ একে একে সব যুদ্ধাপরাধীর রায় কার্যকর হচ্ছে (BBC, Bangladesh war crimes trial: Key accused, 2016)।

বাংলাদেশে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় উপর মানুষের নির্ভরশীলতা দিন দিন বেড়েই চলেছে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদ সহজেই মানুষের নিকট পৌঁছে যায়। এই সংবাদসমূহ মূলতই বাংলাদেশের প্রত্যন্ত অঞ্চলে পৌঁছে যাচ্ছে। ফলে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় মাধ্যমে মানুষের রাজনৈতিক বিশ্বাস ও দৃষ্টিভঙ্গি সহজেই প্রভাবিত হয়ে যাচ্ছে। অধিকাংশ ব্যবহারকারী প্রচারিত সংবাদসমূহের সত্যতা যাচাই করার কোন প্রয়োজনীয়তা মনে করে না। ফলে ভ্রান্তিসৃষ্টিকারী সংবাদসমূহ, দৃষ্টি আকর্ষণকারী সংবাদ শিরোনামসমূহ মানুষের মনে বিরূপ প্রভাব সৃষ্টি করে। এই ধরনের সংবাদ ও সংবাদ শিরোনাম সমাজে তথ্যের প্রবাহের দ্বারা সমাজে সচেতনতা সৃষ্টির পরিবর্তে কখনো কখনো বিশৃঙ্খলা সৃষ্টি করে। সমাজের অস্থিরতা রোধকল্পে এই বিষয়ে গবেষণা হওয়া খুবই জরুরী।

গবেষণার উদ্দেশ্য:

সাধারণ উদ্দেশ্য: জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রভাব এবং বাংলাদেশের জীবন ব্যবস্থায় ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ভূমিকা মূল্যায়ন করা

বিশেষ উদ্দেশ্যসমূহ:

- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া উপভোগের সময় পরিমাপ করা
- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদের উপর ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীদের আস্থার পরিমাণ মূল্যায়ন করা
- বাংলাদেশের জীবন ব্যবস্থায় ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ভূমিকা মূল্যায়ন করা
- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় মাধ্যমে সৃষ্ট মানুষের বিশ্বাস ও ধারণা অনুসন্ধান করা
- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় মাধ্যমে গড়ে উঠা মানুষের দৃষ্টিভঙ্গী মূল্যায়ন করা

গবেষণা প্রশ্ন:

1. ব্যবহারকারীগণ কতক্ষণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া উপভোগ করেন?
2. ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদের উপর ব্যবহারকারীগণের আস্থার মাত্রা কতটুকু?
3. ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় দ্বারা সৃষ্ট মানুষের বিশ্বাস, ধারণা ও দৃষ্টিভঙ্গীসমূহ কি কি?

গবেষণা পদ্ধতি

গবেষণা এলাকা: এই গবেষণাটি বাংলাদেশের ঢাকা শহরের শাহবাগ, পল্টন, মতিঝিল এবং নিউ মার্কেট এলাকায় সম্পাদন করা হয়েছে। বিভিন্ন পেশাজীবী যেমন: ছাত্র, চাকরীজীবী, ব্যবসায়ী, রিক্সাচালক ও অন্যান্য পথচারী মানুষগণকে তথ্য সংগ্রহের নিমিত্তে বাছাই করা হয়েছে। শিক্ষার্থীদের মধ্যে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়, ইডেন কলেজ, ঢাকা কলেজ ও নটরডেম বিশ্ববিদ্যালয় থেকে বাছাই করা হয়েছে। চাকরীজীবীদের মধ্যে সরকারি ও বেসরকারি চাকরীজীবী এবং ব্যবসায়ীগণের মাঝে ক্ষুদ্র ব্যবসায়ীগণকে বাছাই করা হয়েছে।

গবেষণা নকশা: এই গবেষণাটি একটি মিশ্র পদ্ধতি ব্যবহারের মাধ্যমে সম্পাদন করা হয়েছে। এই গবেষণায় ঐতিহাসিক ও বিশ্লেষণ পদ্ধতির আশ্রয় গ্রহণ করা হয়েছে। গুণবাচক ও সংখ্যাবাচক উভয় তথ্যসমূহ সংগ্রহ করা হয়েছে। প্রশ্নপত্র জরীপের মাধ্যমে গুণবাচক ও সংখ্যাবাচক তথ্যসমূহ সংগ্রহ করা হয়েছে এবং বিশদ সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে গুণবাচক তথ্যসমূহ সংগ্রহ করা হয়েছে। বিভিন্ন শ্রেণী-পেশার মানুষের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। প্রশ্নপত্রে উন্মুক্ত ও আবদ্ধ প্রশ্ন উভয়ই ছিল।

গবেষণা পদ্ধতি: গুণবাচক ও সংখ্যাবাচক গবেষণার সমন্বয়ে একটি মিশ্র পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়েছে যাতে সংখ্যাগত গবেষণা গুণবাচক গবেষণার মাধ্যমে আরো অধিক নির্ভরযোগ্য হয়। এই গবেষণায় গুণবাচক ও সংখ্যাবাচক তথ্যের জন্য প্রশ্নপত্র জরীপের মাধ্যমে সরাসরি সাক্ষাৎকার এবং গুণবাচক তথ্যের জন্য বিশদ সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়েছে।

তথ্য সংগ্রহের পদ্ধতি ও উপকরণ: গুণবাচক তথ্য সংগ্রহকালীন প্রশ্নপত্র জরীপের সময় আধা কাঠামোগত প্রশ্নপত্রের মাধ্যমে সরাসরি সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়েছে এবং গুণবাচক তথ্য সংগ্রহের জন্য বিশদ সাক্ষাৎকার গ্রহণকালীন পথনির্দেশক সূত্র (Guideline) ব্যবহার করা হয়েছে।

তথ্যের উৎস:

প্রাথমিক তথ্য: প্রাথমিক তথ্যসমূহ প্রশ্নপত্র জরীপের মাধ্যমে এবং বিশদ সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে সংগ্রহ করা হয়েছে। উত্তরদাতাগণের প্রদত্ত তথ্যসমূহ প্রাথমিক তথ্যের উৎস হিসেবে গ্রহণ করা হয়েছে।

মাধ্যমিক তথ্য: বিভিন্ন বই, পান্ডুলিপি, সংবাদপত্রের প্রতিবেদন, গবেষণা সাময়িকির নিবন্ধ, গবেষণা প্রতিবেদন ইত্যাদি হতে মাধ্যমিক তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। মাধ্যমিক তথ্যসমূহ প্রাথমিক তথ্যসমূহের গ্রহণযোগ্যতার সৃষ্টি করেছে।

নমুনায়ন: তথ্য সংগ্রহের প্রাক্কালে অত্র গবেষণায় উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন পদ্ধতি গ্রহণ করা হয়েছে। তথ্য সংগ্রহের নিমিত্তে ১৮৫ জন বিভিন্ন শ্রেণী-পেশার মানুষের কাছ থেকে সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়েছে। উত্তরদাতাগণকে এলোমেলোভাবে এবং উদ্দেশ্যমূলকভাবে বাছাই করা হয়েছে।

পরীক্ষামূলক গবেষণা: প্রশ্নপত্র চূড়ান্ত করার পূর্বে ১০ জন উত্তরদাতার মতামতের উপর ভিত্তি করে একটি পরীক্ষামূলক গবেষণা পরিচালনা করা হয়েছিল। এই ১০ জন উত্তরদাতার মতামতের উপর ভিত্তি করে প্রশ্নপত্রটি পুনরায় পরিমার্জন করা হয়। এভাবে প্রশ্নপত্রটি তথ্য সংগ্রহের নিমিত্তে চূড়ান্ত করা হয়।

তথ্যের বৈধতা: গবেষক তথ্য সংগ্রহের সময় গবেষণা এলাকায় উপস্থিত থেকে তথ্য সংগ্রহের কাজে সংস্পৃক্ত ছিলেন। তথ্য সংগ্রহের পর ভুল তথ্যসমূহ সংশোধনের নিমিত্তে তথ্যসমূহ পর্যালোচনা করেছেন। অধিকন্তু, অতি সাম্প্রতিক তথ্যসমূহ সংগ্রহ করা হয়েছে।

তথ্য বিশ্লেষণ: গুণবাচক তথ্যসমূহ বিভিন্ন শ্রেণীতে শ্রেণীবদ্ধ করা হয়েছে। সংখ্যাবাচক তথ্যসমূহ পরিসাংখ্যিক পদ্ধতি অনুসরণ করে বিশ্লেষণ করা হয়েছে। এই গবেষণায় তথ্য বিশ্লেষণ ও লেখচিত্র অংকনের লক্ষ্যে সামাজিক বিজ্ঞানের জন্য পরিসাংখ্যিক প্যাকেজ (Statistical Package for Social Sciences) এবং মাইক্রোসফ্ট এক্সেল ব্যবহার করা হয়েছে।

নৈতিক বিষয়াবলি: এই গবেষণায় গবেষণার নৈতিকতা অনুসরণ করা হয়েছে। উত্তরদাতাগণের নিকট সাক্ষাৎকার শুরুর প্রাক্কালে তাদের প্রদত্ত তথ্যসমূহ শুধুমাত্র গবেষণার কাজে ব্যবহার করা এবং সম্পূর্ণ গোপন রাখা মর্মে প্রতিশ্রুতি দান করা হয়েছিল। উত্তরদাতাগণকে কোনভাবে কোন প্রশ্নের স্বপক্ষে প্রভাবিত করা হয়নি।

উত্তরদাতাগণ সম্পূর্ণ স্বাধীনভাবে স্বইচ্ছাই প্রশ্নপত্রের প্রশ্নসমূহের উত্তর প্রদান করেছেন।

তথ্য সংগ্রহে সমস্যা: তথ্য সংগ্রহের কাজে বিভিন্নভাবে বাধাগ্রস্ত হতে হয়েছে। বিশ্বব্যাপি কোভিড-১৯ এর প্রাদুর্ভাবের ফলে মানুষের মাঝে পারস্পরিক সাক্ষাৎ ও স্বাভাবিক কার্যক্রমে কিছুটা সমস্যার উদ্বেক হয়েছে। ফলে, তথ্য সংগ্রহকালীন উত্তরদাতাগণের নিকট হতে তথ্য সংগ্রহের নিমিত্তে সাক্ষাৎকার গ্রহণ প্রক্রিয়া বাধাগ্রস্ত হয়েছিল। সরাসরি সাক্ষাৎকারে অধিকাংশ উত্তরদাতা অনিহা প্রকাশ করেছিল।

অধ্যায় বিন্যাস:

পথম অধ্যায়: ভূমিকা

এই অভিসন্দর্ভের প্রথম অধ্যায় ভূমিকা দ্বারা শুরু হয়েছে। এই ভূমিকা অধ্যায়টিতে জনমত, জনমতের ঐতিহাসিক পটভূমি, জনমতের উপর প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানসমূহ, মিডিয়া, গণমাধ্যম, বাংলাদেশে গণমাধ্যমের যাত্রা, জনমত ও ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া, গবেষণার উদ্দেশ্য, গবেষণার গুরুত্ব, অধ্যায় বিন্যাস ও উপসংহার প্রভৃতি নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে।

দ্বিতীয় অধ্যায়: সাহিত্য পর্যালোচনা

অভিসন্দর্ভের দ্বিতীয় অধ্যায় সাহিত্য পর্যালোচনা দ্বারা শুরু হয়েছে। এই অধ্যায়ে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম, পাঠকবর্গ বা শ্রোতামন্ডলি, গণপরিমন্ডল, ডিজিটাল গণতন্ত্র, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ইতিপূর্বে গঠিত জনমতের, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মাধ্যমে সৃষ্ট মানুষের বিশ্বাস ও ধারণা, দৃষ্টিভঙ্গীর পরিবর্তনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া প্রভৃতি বিষয়সমূহ আলোকপাত করা হয়েছে।

তৃতীয় অধ্যায়: তাত্ত্বিক কাঠামো

অভিসন্দর্ভের তৃতীয় অধ্যায় তাত্ত্বিক কাঠামো দ্বারা শুরু হয়েছে। এই অধ্যায়ে গবেষণার সাথে সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন তাত্ত্বিক বিষয়সমূহ নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে।

চতুর্থ অধ্যায়: তথ্য বিশ্লেষণ

অভিসন্দর্ভের পঞ্চম অধ্যায় তথ্য বিশ্লেষণ দ্বারা শুরু হয়েছে। এই অধ্যায়ে গবেষণা তথ্য সমূহের বিশ্লেষণ পরবর্তী বিভিন্ন সারণী ও প্রাপ্ত বিভিন্ন ফলাফলসমূহ বর্ণনা করা হয়েছে।

পঞ্চম অধ্যায়: উপসংহার

অভিসন্দর্ভের সপ্তম অধ্যায় উপসংহার দ্বারা শুরু হয়েছে। এই অধ্যায়ে সম্পূর্ণ গবেষণার একটি উপসংহার বর্ণিত হয়েছে।

উপসংহার:

বাংলাদেশের প্রায় সকল মানুষ কোন না কোন ভাবে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ব্যবহার করে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদসমূহের প্রতি বিশ্বাস ও আস্থা রাখে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদের প্রতি আস্থা না থাকলেও সংশ্লিষ্ট সংবাদের প্রতি দুর্বলতা সৃষ্টি হয়। এর ফলে মানুষের মধ্যকার নতুন নতুন দৃষ্টিভঙ্গি ও মতামতের সৃষ্টি হয়। এই মতামতের উপর ভিত্তি করে কোন একটি বিষয়ে একটি ঐক্যের সৃষ্টি হয়। যেমন: রাজন হত্যাকাণ্ড, তনু হত্যাকাণ্ড, সড়ক আন্দোলন ইত্যাদি।

দ্বিতীয় অধ্যায়: সাহিত্য পর্যালোচনা

দ্বিতীয় অধ্যায়: সাহিত্য পর্যালোচনা

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম:

মিডিয়া উপভোগের বিষয়টি নির্দিষ্ট সময়, স্থান ও অভ্যাসের সাথে সম্পর্কিত (Couldry, Nick, 2003; Sparks, Colin; Tulloch, John, 2000)। ইরান, তুরস্ক ও মিশরে আরব স্প্রিং (Arab Spring) (Bruns, Axel; Highfield, Tim, Burgess; Jean, 2013) (Haciyakupoglu, Gulizar; Zhang, Weiyu, 2015) (Eltantawy, Nahed; Wiest, Julie B, 2011), যুক্তরাষ্ট্রে সোফা (SOPA) ও পিপা (PIPA) (Benkler, Yochai; Roberts, Hal; Faris, Robert; Solow-Niederman, Alicia; Etling, Bruce, 2015), পোল্যান্ডে এক্টার (ACTA) (Losey, 2014) বিরুদ্ধে প্রতিবাদ এবং ইন্ডিগনাদুসে (Indignados) স্পেনিশ আন্দোলনের (Anduiza, Eva; Cristancho, Camilo; Sabucedo, José M., 2014) মত সামাজিক ও রাজনৈতিক আন্দোলনে সোশাল নেটওয়ার্ক তথা টুইটার এবং ফেইসবুক ব্যবহৃত হয়েছে। সংবাদ উপভোগে সামাজিক নেটওয়ার্কের গুরুত্ব দিন দিন বৃদ্ধি পাচ্ছে। সংবাদের প্রাথমিক ও মাধ্যমিক উৎস হিসেবে সামাজিক নেটওয়ার্কের ব্যবহার ক্রমবর্ধমান হারে বৃদ্ধি পাচ্ছে যেখানে স্পেনে ৬০ শতাংশ জনগন সংবাদের উৎস হিসেবে সামাজিক নেটওয়ার্ক ব্যবহার করে (Newman, Nic et al., 2018)।

পাঠকবর্গ বা শ্রোতামন্ডলি (Audience):

আধুনিক মিডিয়া বহুমুখী পাঠক ও শ্রোতামন্ডলীর প্রকৃতির মাঝে নতুন নতুন মাত্রা নিয়ে এসেছে (Masip, Pere; Ruiz-Caballero, Carlos; Suau, Jaume, 2019)। পাঠকসাধারণ সংবাদিকতা সংক্রান্ত লেখা ও বার্তাসমূহ শুধুমাত্র ব্যখ্যায় নিজেদেরকে সক্রিয় হিসেবে হৃদয়ঙ্গম করার পাশাপাশি সংবাদ ও গণবিতর্ক সৃষ্টি ও প্রচার করার ক্ষেত্রেও নিজেদেরকে সক্রিয় বলে অনুধাবন করতে শুরু করেছে (Suau, 2015)। ফলে নাগরিক সাংবাদিক (Citizen Journalist) নামে নতুন পরিভাষিক শব্দের সৃষ্টি হয়েছে যেখানে অনলাইন অংশগ্রহণের মাধ্যমে ব্লগ, উইকি ও ফোরাম ব্যবহারকারীগণ সংবাদ সৃষ্টি, প্রকাশ ও মন্তব্য করতে পারে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ব্যবহারকারীগণ সাধারণত ভ্যাগাঙ্গারাম ধারণাসমূহ (zombie concept) নিয়ে আলোচনা করেন। ফেইসবুক বন্ধু (Facebook friends) এবং টুইটার অনুসারীদের

(Twitter Followers) গ্রুপগুলি ইগো সেন্ট্রিক নেটওয়ার্ক (Ego Centric Network) (Schmidt, 2014)।

গণপরিমন্ডল (Public sphere):

ইন্টারনেটে মানুষের কার্যক্রমের নতুন অস্তিত্ব বর্ণনা করতে গিয়ে ‘Digital’, ‘Virtual’, ‘Online’ নামে কয়েকটি নতুন নতুন শব্দের উদ্ভব হয়। এই শব্দগুলি স্যোশাল মিডিয়ার সহযোগিতায় যোগাযোগ পরিমন্ডলের দর্শনকে প্রচার করে। নতুন নতুন মিডিয়াকে কেন্দ্র করে গড়ে উঠা জনসাধারণের কর্মক্ষেত্রগুলোতে অংশগ্রহণমূলক ধারাসমূহ নতুন ধরনের নাগরিকত্ব সৃষ্টির পাশাপাশি ব্যক্তিগত কাজের পরিধিকে উন্নত করে (Masip, Pere; Ruiz-Caballero, Carlos; Suau, Jaume, 2019)। এই নতুন ডিজিটাল নাগরিক অধিকারকে বিভিন্ন লেখকগণ বিভিন্ন নামে অভিহিত করেছেন। যেমন: ‘actualizing citizen’ (Bennett, W. Lance, 2008) (Bennett, W. Lance; Segerberg, Alexandra, 2013), ‘private sphere’ (Papacharissi, 2010), ‘solo sphere’ (Dahlgren, 2013) or ‘networked individualism’ (Rainie, Lee; Wellman, Barry, 2012) ইত্যাদি।

ডিজিটাল গণতন্ত্র (Digital democracy):

ডিজিটাল আলোচনার মাধ্যমে গড়ে উঠা গণতন্ত্রের বিকাশে গণপরিমন্ডলগুলো (Public sphere) ভূমিকা পালন করে (Barber, 1984)। বিভিন্ন বিষয়ে আলোচনা ডিজিটাল গণতন্ত্রের সম্ভাবনাকে গতিশীল করেছে। ডিজিটাল ডেমোক্রেসির চারটি অবস্থান রয়েছে (Dahlberg (2011)).

উদার সতন্ত্রবাদী গণতন্ত্র (Liberal-Individual Democracy): ই-ভোটিং (e-voting), ওয়েবসাইটে সাড়াপ্রদান পদ্ধতি (web feedback systems), ই-মেইল (e-mail), অনলাইন জনমত জরিপ (online polls) ইত্যাদির মাধ্যমে জনমত গঠন এবং রাজনৈতিক অবস্থান ও সমস্যা মূল্যায়নে ডিজিটাল মিডিয়া ব্যক্তিকে তথ্যের মুক্ত প্রবাহের মাধ্যমে কৌশলগত হিসাব-নিকাশ করতে সহায়তা করে। স্বতন্ত্র ইচ্ছাসমূহ ও প্রতিনিধিদের মধ্যকার প্রতিযোগিতার একটি সমষ্টি হিসেবে গণতন্ত্রকে অনুধাবন করা হয়।

বৈদ্যুতিক প্রযুক্তিগত সুচিন্তিত গণতন্ত্র (Digital Deliberative Democracy): জনমত গঠন ও যৌক্তিক যোগাযোগের নিমিত্তে ডিজিটাল মিডিয়া সুচিন্তিত গণতান্ত্রিক গণপরিমন্ডলকে আরো প্রসারিত করে। আলোচনামূলক ও সিদ্ধান্ত গ্রহণ প্রক্রিয়ায় সূক্ষ্মভাবে পরিষ্কারকারী জ্ঞাত জনমত ব্যক্তি সাধারণকে সাধারণ ভাল সর্বজনীন কল্যাণের প্রতি আগ্রহী করে তোলে। এক্ষেত্রে, ডিজিটাল মিডিয়া ও ইন্টারনেটের দ্বারা সক্রিয় হয়ে উঠা গণতন্ত্র স্বতন্ত্র ইচ্ছাসমূহের সমষ্টির পরিবর্তে মতৈক্যের উপর নির্ভর করে।

তৃতীয় অবস্থানে আছে **বিপরীত সর্বজনীন বৈদ্যুতিক প্রযুক্তিগত গণতন্ত্র** (Counter-publics digital democracy) যা আলোচনার পর বরং যৌক্তিক স্বতন্ত্র বা সম্মিলিত কাজের চেয়ে নানবিধ গ্রুপ, গ্রুপের সক্রিয়তা এবং প্রতিবাদের রাজনৈতিক সংগঠনের উৎখানে ডিজিটাল মিডিয়ার উপর জোড় দেয়।

Democracy is based on two assumptions. প্রথমত হচ্ছে সমাজ গঠনে জড়িত অন্তর্ভুক্তি বা বর্জনীয় সম্পর্কসমূহ এবং এ সম্পর্কিত বিতর্কিত যুক্তি যা সামাজিক সম্পর্ককে বিন্যস্ত করে। দ্বিতীয়ত হল বিপরীত পরিস্থিতি সমালোচনামূলক পরিবেশ তৈরী করে যা প্রচলিত মতামতকে অস্বীকার করে এবং গণপরিমন্ডলে বৈধ যোগাযোগের সীমারেখাকে পুনরায় সংজ্ঞায়িত করে।

চতুর্থ অবস্থানে রয়েছে **স্বায়ত্বশাসনবাদী মার্ক্সবাদী বৈদ্যুতিক প্রযুক্তিগত গণতন্ত্র** (Autonomist Marxist digital democracy) যা ডিজিটাল যোগাযোগকে পরিপূর্ণভাবে গণতান্ত্রিক রাজনীতির পৃষ্টপোষক হিসেবে বিবেচনা করে। যেখানে সহযোগী ও বিকেন্দ্রীক পদ্ধতি অনুসরণ করে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা হয়। এটা আর্ত-সামাজিক মূল্যবোধকে সাথে নিয়ে বিকেন্দ্রীভূত বুদ্ধিমত্তার (decentralized intelligence) দ্বারা গঠিত সাধারণ কল্যাণকে কেন্দ্র করে একটা নতুন গণতান্ত্রিক সমাজ বিনির্মাণের লক্ষ্যে রাজনৈতিক অভ্যুত্থানের দিকে ধাবিত করে।

জনমত গঠনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা

কুমিল্লা ভিক্টোরিয়া কলেজের ইতিহাস বিভাগের স্নাতক (সম্মান) দ্বিতীয় বর্ষের ছাত্রী, থিয়েটারের নাট্যকর্মী সোহাগী জাহান তনু (১৯) কে ২০১৬ সালের ২০ মার্চ রাতে কুমিল্লা ক্যান্টনমেন্টের ভেতরে হত্যা করা হয় । সামাজিক যোগাযোগ

মাধ্যমগুলোতে এ হত্যার প্রতিবাদে বিভিন্ন ইভেন্ট খুলে বিচার চেয়েছেন সচেতন মানুষ। ফলে কুমিল্লার তনু হত্যাকাণ্ডের ক্ষোভের আগুন ইতিমধ্যে ছড়িয়ে পড়েছে সারা দেশে। খণ্ড খণ্ড প্রতিবাদ, আন্দোলন, ক্ষোভ আর বিক্ষোভে ফুঁসছে সারা দেশ। ফেসবুকের মাধ্যমে একত্রিত হয়েই গণজাগরণ মঞ্চে ২৫ মার্চ বিকেলে সবাই সমবেত হয়ে সুষ্ঠু বিচারের দাবি জানায়। গণজাগরণ মঞ্চের মুখপাত্র, মানবাধিকার কর্মী, সাধারণ জনগণ- সবার মুখেই ছিল একই কথা, আমরা এর বিচার চাই। অনেকে এমনও বলেন, আমরা এই প্রজন্ম চত্বর থেকে যেমন যুদ্ধাপরাধীদের বিচার দেখেছি, তেমনি দেখতে চাই তনু হত্যাকাণ্ডের বিচার। এছাড়াও ধর্ষণ ও হত্যাকারীদের বিচার দাবিতে সম্মিলিত সাংস্কৃতিক জোট, গ্রুপ থিয়েটার ফেডারেশন, পথনাটক পরিষদসহ সাংস্কৃতিক কর্মীদের দুর্বীর আন্দোলনের আহ্বান জানিয়ে ফেসবুকে স্ট্যাটাস দিয়েছেন নাট্যব্যক্তিত্ব নাসির উদ্দীন ইউসুফ। ২০১৬ সালের ২০ মার্চ কুমিল্লা ক্যান্টনমেন্টের ভেতরে তনুর লাশ পাওয়া যায় (Aljazeera, 2018)।

২০১৫ সালের ৮ জুলাই সিলেট নগরীর কুমারগাঁয়ে শিশু সামিউল আলম রাজনকে চুরির অভিযোগে নির্মমভাবে নির্যাতন করে হত্যা করা হয় এবং তার ভিডিও চিত্রও ধারণ করা হয়। এই ছবি এবং ভিডিও চিত্র সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এবং গণমাধ্যমে ছড়িয়ে পড়লে দেশে-বিদেশে ব্যাপক সমালোচনার ঝড় ওঠে। প্রতিবাদে বিক্ষুব্ধ হয়ে ওঠে গোটা দেশ। ঘটনা এতই তীব্রতর রূপ ধারণ করে যে, প্রশাসন নড়েচড়ে বসতে বাধ্য হয়। আর জনতার স্বতঃস্ফূর্ত সহায়তায় একে একে গ্রেফতার হতে থাকে রাজন হত্যাকারীরা। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে গঠিত জনমতের ফলে মাত্র ১৭ কার্যদিবসে ঘোষিত হয় দেশজুড়ে আলোচিত রাজন হত্যা মামলার রায় ঘোষিত হয় (BBC, 2017)। ২০১৬ সালের ৩ আগস্ট খুলনার টুটুপাড়া কবরখানা মোড়ের একটি ওয়ার্কশপে মোটরসাইকেলে হাওয়া দেয়ার কম্প্রসার মেশিনের মাধ্যমে মলদ্বারে হাওয়া ঢুকিয়ে হত্যা করা হয় রাকিবকে। এই দুই মামলার রায় ঘোষণা করা হয় একই দিনে। এত দ্রুত মামলার রায় আসার ঘটনা বাংলাদেশের ইতিহাসে বিরল! আর এ সবকে সফল করতে সহায়ক হয়েছে ইন্টারনেট ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে গড়ে ওঠা জনমত (BBC, 2015)। ২০১৫ সালের ডিসেম্বরে বেসরকারি বিশ্ববিদ্যালয়ের শিক্ষার্থীদের ‘নো ভ্যাট মুভমেন্ট’ শুরু হয়। সরকার বেসরকারি বিশ্ববিদ্যালয়ে শিক্ষা ক্ষেত্রে ৭.৫% ভ্যাট

আরোপ করে কিন্তু শিক্ষার্থীরা তা মানতে নারাজ। তারা একত্রিত হতে থাকে সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলোর মাধ্যমে। এখানে তারা জনমত গঠনে তৎপর হয়। পরবর্তী সময় ‘ভ্যাট নয়, গুলি কর’- এমন প্ল্যাকার্ড বুকে ঝুলিয়ে তারা রাজপথে নামে। তারা সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো ব্যবহার করে বিশ্বের বিভিন্ন দেশে সেই সময়ে ঘটে যাওয়া নানা আন্দোলন শেয়ার করে এবং আন্দোলনকে ঐক্যবদ্ধভাবে এগিয়ে নিয়ে বন্ধপরিষ্কার হয়। ফেসবুকে অনেকে স্ট্যাটাস দেয়- ‘আমরা সাধারণ ছাত্র, এটিএম বুথ নই।’ আবার অনেকে লেখে- ‘সাধারণ ছাত্রদের ক্ষমতাকে ছোট করে দেখবেন না’। অনেকে সহযোগীদের উদ্ভুদ্ধ করার জন্য ফেসবুকে স্ট্যাটাস দেয়- ‘We are students, we are Fighters.’ অনেকে আবার ফেসবুকে মন্ত্রী বা কর্তৃপক্ষের বক্তব্যকে নিয়ে হাস্য রসাত্মক ছবি-আন্দোলন চ-কমেন্টস পোস্ট করে। তেমনি একটি হললাকালীন অর্থমন্ত্রীর বক্তব্য- ‘ভ্যাট দিবে বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃপক্ষ, ছাত্রছাত্রী নয়!!’ জবাবে আন্দোলনকারীদের একজন পোস্ট করেন- ‘দুধ দিবে খামারিরা! গরু ছাগল নয়!!’। এভাবেই জনমত গড়ে উঠতে থাকে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে। এসব জনমতক গঠনের ক্ষেত্রে দেখা যায়, সহযোগীরা সবাই মিলে একটা গ্রুপ গঠন করে। আর সবাই ফেসবুকে সেই গ্রুপের সদস্য হিসেবে যোগ দেয়। ফেসবুক বা সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলোর মাধ্যমেই এসব আন্দোলনের পরবর্তী কর্মসূচি সবাইকে জানিয়ে দেয়া হয়। ‘নো ভ্যাট মুভমেন্ট’ শেষ পর্যন্ত সাফল্যও অর্জন করে। আন্দোলনকারীরা তাদের সাফল্যের কথাও জানিয়ে দেয় ফেসবুক স্ট্যাটাসে। সাকিব চৌধুরী নামে এক ছাত্র সেই সময়ে তার স্ট্যাটাসে লেখেন- ‘আবারও প্রমাণিত সেই ’৫২ থেকে ২০১৫ ছাত্ররাই সব শুভ আন্দোলন সফল করেছে’ (The Daily Star, 2015)। ১৯৭১ সালের মানবতাবিরোধী অপরাধে দণ্ডিতদের ফাঁসি আদেশ প্রদান এবং তা কার্যকর করা হয় এই সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো বিশেষ করে ফেসবুক, ব্লগ, টুইটার এসবের মাধ্যমেই এবং সেই সময়ে জনমত গড়ে ওঠে এবং প্রতিষ্ঠা পায় গণজাগরণ মঞ্চ। ১৯৭১ সালের পর এই প্রথম কোনো জাতীয় ইস্যুতে সারা জাতিকে এক করতে পেরেছিল এই সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো। যার সূত্র ধরে কাদের মোল্লাসহ একে একে সব যুদ্ধাপরাধীর রায় কার্যকর হচ্ছে (BBC, Bangladesh war crimes trial: Key accused, 2016)।

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মাধ্যমে সৃষ্ট মানুষের বিশ্বাস ও ধারণা

তুলনামূলক মিডিয়া প্রযুক্তিসমূহ যোগাযোগের এবং দর্শকবৃন্দের নিকট বক্তব্য তুলে ধরার নতুন নতুন মাধ্যম সৃষ্টি করেছে। new actors যেমন টক শো, এবং টেবলয়িড (Tabloid) রাজনৈতিক যোগাযোগ পরিবেশের মধ্যে প্রবেশ করেছে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নিউ মিডিয়া যুগে অতীতের তুলনায় অনেক বেশি আধিপত্য বিস্তার করেছে। ইন্টারনেট প্রযুক্তি গতানুগতিক সংবাদসমূহকে অনুরূপ অনলাইন সংবাদ প্রচারে বাধ্য করেছে। অধিকন্তু, ইলেক্ট্রনিক যোগাযোগের ধরণ ও প্রকার আমূল পরিবর্তিত হয়েছে। নতুন ধরনের ইলেক্ট্রনিক ফরমেট যেমন বিভিন্ন চ্যাট গ্রুপ নতুন নতুন পাবলিক স্পেসের (Public Space) এবং রাজনৈতিক ডিসকোর্স (Discourse) – এর জন্য নজিরবিহীন সুযোগ সৃষ্টি করেছে। যেহেতু দর্শক ও শ্রোতামন্ডলির পারস্পরিক সম্পর্কের উপর গণমাধ্যমের একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব রয়েছে, সেহেতু নিউ মিডিয়ার (New Media) যুগে গণতান্ত্রিক রাজনৈতিক পদ্ধতিসমূহের দৃষ্টিভঙ্গিসমূহ ব্যাপকভাবে পরিবর্তিত হচ্ছে (Owen, 1999)। অতীতের তুলনায় আরো ব্যাপকভাবে বিভিন্ন উৎসের মাধ্যমে রাজনৈতিক অনেক সংবাদ প্রচারিত হচ্ছে। সাধারণ রাজনৈতিক সংবাদসমূহ বিভিন্ন নেটওয়ার্কের মাধ্যমে জনগনের নিকট পৌঁছে যাচ্ছে। ফলে জনগণ তাদের সাথে সম্পর্কিত তথ্যসমূহ গ্রহণ করছে এবং একই ধরনের সামাজিক ও রাজনৈতিক দৃষ্টিভঙ্গীসম্পন্ন ব্যক্তিদের সঙ্গে মতবিনিময় করে। নিউ মিডিয়া (New Media) নাগরিক, সরকারি কর্মচারি এবং সংবাদ পরিবেশনকারী সকলের মধ্যকার একটি আন্ত-ক্রিয়াকলাপ। এই ক্রিয়াকলাপের মাধ্যমে জনগন সংবাদ গ্রহণ করে, রাজনৈতিক অঙ্গনে নিজেদের উপস্থিতি ও মতামত জনাতে পারে এবং রাজনৈতিক ঘটনাপ্রবাহের মধ্যে আরো অধিক দৃশ্যমান ভূমিকা পালন করতে পারে (Schedson, 1998)। যুক্তরাষ্ট্রে অধিকাংশ মানুষ মনে করেন সংবাদসমূহ ব্যবসায়িক ও রাজনৈতিক স্বার্থ দ্বারা অযৌক্তিকভাবে প্রভাবিত হয়। তারা নিজেদেরকে নিউজ জর্কি (News Junkies) হিসেবে তুলনা করে এবং সংবাদের অনেক সূত্রকে বিশ্বাস করে না। তারা অনেক সংবাদকে খুব চাঞ্চল্যকর, অনুপ্রবেশযোগ্য এবং কলঙ্কজনকভাবে বিবেচনা করে (Freedom Forum, 1997; Pew Research Center, 1998)। নতুন যোগাযোগের ফরমেটগুলি উচ্চতর আর্ত-সামাজিক এবং শিক্ষাগত গ্রুপগুলির শ্রোতাদের আকর্ষণ করে যারা ভিন্ন কোন উপায়ে রাজনৈতিকভাবে সক্রিয় থাকতে চায়। ইন্টারনেট রাজনৈতিক তথ্য এবং রাজনৈতিক অংশগ্রহণের একটি বিস্তৃত জায়গা। রাজনৈতিক সংবাদ এবং তথ্যের বিষয়বস্তুসমূহ ক্রমবর্ধমান বিনোদনমুখী হয়ে উঠেছে। বিভিন্ন নেটওয়ার্কের প্রচারিত

সংবাদসমূহ সহ ঐতিহ্যবাহী সংবাদ মাধ্যমগুলি রিপোর্টিংয়ের যে কৌশলগুলি গ্রহণ করেছে যা কখনও কখনও সুপার মার্কেট ট্যাবলয়েডগুলির অনুরূপ। রাজনৈতিক খবরের সামগ্রিক প্রবণতাটি নেতিবাচক (Bennett, 1996)। মিডিয়া রাজনীতি বাস্তব রাজনৈতিক অংশগ্রহণের প্রতিবন্ধক। (Hart, 1994)। 1990 এর দশকে আমেরিকানদের রাজনৈতিক আস্থা ঐতিহাসিক নীচে পৌঁছেছিল (Moore, 1999)। আস্থার অভাব গণতান্ত্রিক মূল্যবোধকে ক্ষুণ্ণ করে, সম্প্রদায়ের বন্ধনকে দুর্বল করে এবং সামাজিক সম্পদসমূহের ক্ষয় করে (Putnam, 1995)। সংবাদ মাধ্যমগুলি রাজনৈতিক কেলেঙ্কারী, মারামারি এবং দুর্নীতিতে ইতিবাচক তথ্য বা বিষয়বস্তুর ইস্যু বাদ দেওয়ার পক্ষে অসাধারণ মনোযোগ দেয়। অনেক মানসম্পন্ন সংবাদসমূহ রাজনীতিবিদদের মূল্যবোধ এবং কাজগুলির প্রশ্নে নাগরিকদের উৎসাহিত করে এবং রাজনৈতিক হিংসা ও ঘৃণার দিকে পরিচালিত করে (Cappella and Jamieson, 1997).।

দৃষ্টিভঙ্গীর পরিবর্তনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া:

ইলেক্ট্রনিক যোগাযোগের সাথে নাগরিকদের জ্ঞানের পরিধি, সরকারের প্রতি সমর্থন ও রাজনৈতিক কার্যক্ষমতার ধারণার একটি সম্পর্ক বিদ্যমান। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নাগরিকগণের পারস্পরিক মিতস্ক্রিয়া এবং রাজনৈতিক দৃষ্টিভঙ্গি উভয়কে ইতিবাচক ও নেতিবাচক উভয়ভাবে প্রভাবিত করে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদসমূহ রাজনৈতিক জ্ঞানের অন্যতম উৎস। রাজনৈতিক তথ্যসমূহ খন্ড খন্ড সংবাদ হিসেবে সম্প্রচারিত হয়। ফলে, রাজনৈতিক সংবাদের নেতিবাচক উপাদান এবং বিনোদনের উপাদানসমূহ রাজনৈতিক সংবাদের গুরুত্বকে দুর্বল করে দেয় (Owen, 1999)। এই ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সরকার সম্পর্কে নেতিবাচক বার্তাগুলি এবং সরকারী কর্মকর্তাদের উপর ব্যক্তিগত আক্রমণাত্মক হয়ে থাকেন। ওকলাহোমা সিটির ফেডারেল ভবনে বোমা হামলার প্রেক্ষাপটে রাষ্ট্রপতি ক্লিনটন অসহিষ্ণুতার সংস্কৃতি প্রচারের জন্য টক শো ও রেডিওর প্রকাশ্যে নিন্দা করেছেন। (Davis and Owen, 1998).

তৃতীয় অধ্যায়: তাত্ত্বিক কাঠামো

তৃতীয় অধ্যায়: তাত্ত্বিক কাঠামো

জন মতামতের বিভিন্ন তত্ত্বগুলি বিংশ শতাব্দীর প্রথম দিক থেকেই বিকশিত হয়েছে, যদিও কোনওটিই প্রধান হিসাবে স্বীকৃত হয়নি। বিংশ শতাব্দীর প্রথমার্ধে প্রস্তাবিত কিছু তত্ত্ব জনমতকে সমাজের নীচের স্তর থেকে শীর্ষে উন্নীত হিসাবে বিবেচনা করে প্রতিনিধি এবং প্রতিনিধিত্বকারীদের মধ্যে দ্বি-মুখী যোগাযোগের প্রবাহকে নিশ্চিত করে। এই "জনবহুল" দৃষ্টিভঙ্গিসম্পন্ন ব্যক্তির একে অপরের সাথে যোগাযোগ করে বা মিডিয়ার প্রভাবগুলিতে (Factors) প্রতিক্রিয়া জানায় এবং জনগণের প্রবণতার প্রতি সম্মান প্রদর্শন করে (Davison, Public opinion, 2020)। ১৯৭০ এর দশকের গোড়া থেকে, কীভাবে মিডিয়া মানুষ সম্পর্কে চিন্তাভাবনা করে এজেন্ডা-সেটিং তত্ত্ব সে সম্পর্কে অধ্যয়ন করে। পাঁচটি মহাদেশের ১৬টি দেশে এজেন্ডা সেটিংয়ের একটি বৃহৎ ডাটা বিশ্লেষণ করে গণমাধ্যমের দ্বারা মানুষ কিভাবে প্রভাবিত হয় এবং কিভাবে মানুষ গণমাধ্যকে দেখে সে বিষয়ে অসংখ্য প্রভাবক উপাদান খুঁজে বের করা হয় (Kriings, 2018)। এজেন্ডা-সেটিং তত্ত্বটি (Agenda Setting Theory) জনমত গঠনের প্রাথমিক উপাদান। খবরের সাথে সম্পর্কিত দেশব্যাপী, স্থানীয় সংবাদ নেটওয়ার্কগুলি এবং কাগজপত্রে একটি অভূতপূর্ব হ্রাস এবং জাতীয় নিউজ নেটওয়ার্ক এবং কাগজপত্রের বৃদ্ধি ঘটেছে। যদি কোনও নিউজ আইটেম আরও ঘন ঘন আবৃত হয়, বিশেষত জাতীয় খবরে, শ্রোতারা বিষয়টি আরও গুরুত্বপূর্ণ হিসাবে বিবেচনা করে (Bray, 2018)।

প্রতিকূল পরিস্থিতি যোগাযোগমূলক মিথস্ক্রিয়াকে প্রতিফলিত করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ স্থান তৈরি করে যা গুরুত্বপূর্ণ আলোচনার ক্ষেত্রকে চ্যালেঞ্জ করতে পারে এবং জনসাধারণের ক্ষেত্রে যোগাযোগের বৈধ ক্ষেত্রকে নতুনভাবে সংজ্ঞায়িত করতে পারে। গণপরিমন্ডলে ক্রিটিক্যাল থিওরির সাথে গণতান্ত্রিক তত্ত্বের (Democratic Theory) কাউন্টার পাবলিক (Counter Publics) সম্পর্কিত যেখানে ডেলিভারেটিভ তত্ত্বটিকে সহানুভূতির সাথে পর্যবেক্ষণ করা হয় এবং যোগাযোগ প্রযুক্তিসমূহ প্রভাবশালী ডিসকোর্সগুলিকে সমর্থন করলেও কাউন্টার-পাবলিক এবং কাউন্টা-ডিস-কোর্স গঠনের দিকে পরিচালিত করে (Laurence, 2018)।

গিডেন্সের তত্ত্বের স্ট্রাকচারেশন তত্ত্ব (Structuration Theory of Giddens' Theory) প্রাপ্ত ক্ষমতায়িত বিষয় (Empowered Subject) বলতে বাউমানের পক্ষে স্বতন্ত্রতা এবং

আত্ম-অভিব্যক্তি কেন্দ্রিক হিসেবে বোঝানো হয় এবং নাগরিক বিষয়টিকে (Civic Subject) জীবনের অন্তর্নিহিত ক্ষেত্র যেমন: লিঙ্গ, যৌন অভিব্যক্তি ইত্যাদির পূর্ণবিবেচনাপূর্বক সামাজিক মূল্যবোধের সাথে সামঞ্জস্য রেখে ব্যক্তির কর্ম ও সিদ্ধান্তের ক্ষেত্রটিকে বোঝানো হয়েছে এবং বিষয়টিকে রাজনৈতিক বিষয় হয়ে উঠেছে বলে চিত্রিত করা হয়েছে (Schädlich, H. Gordeeva, D., 2017)। মিডিয়া চয়েস হল এজেন্টদের মিথস্ক্রিয়ার ফল। এই প্রসঙ্গে এজেন্টরা হল গণমাধ্যমকে বেছে নেওয়া মানুষ। যে মিডিয়া পরিবেশে এজেন্টরা চালিত হয় সে পরিবেশ সম্পর্কে তাদের ভাল ধারণা থাকে এবং তাদের পছন্দ বেশিরভাগ উদ্দেশ্যমূলক অর্থনৈতিক এবং সামঞ্জস্যপূর্ণ। লোকেরা অত্যন্ত কাঠামোগত সামাজিক এবং প্রযুক্তিগত পরিবেশের মধ্যে মিডিয়া চয়ন করে। এজেন্টরা সবচেয়ে বেশি দৃশ্যমান হয় যখন তারা বাজার, পাবলিক বা শ্রোতা হিসাবে গঠিত হয়। তাদেরকে কার্যকর শ্রোতা হিসেবে বিবেচনা করা হয়। মিডিয়া পরিবেশ মানুষের সংবিদনশীল হওয়ার জন্য প্রয়োজনীয় সংস্থান সরবরাহ করে। আমেরিকানদের ব্যয় করা সময়ের ৭০ শতাংশ সময় ব্যয়ের জন্য রৈখিক (লিনিয়ার) মিডিয়া দায়ী। রৈখিক মিডিয়া অ-রৈখিক (নন-লিনিয়ার) মিডিয়াকে পদ্ধতিগত সরবরাহের রাস্তা করে দিচ্ছে। রৈখিক মিডিয়া সম্পাদক দ্বারা নির্বাচিত অনুষ্ঠান দেখায় যেখানে অ-রৈখিক মিডিয়া দর্শকদের অনুষ্ঠান পরবর্তীতে দেখার জন্য বাছাই করা এবং অনুষ্ঠানের পরবর্তী অংশ ইচ্ছামত টেনে টেনে দেখার স্বাধীনতা দেয় (Webster, 2007)।

যুক্তরাষ্ট্রে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীগণ গড়ে দৈনিক সাত ঘন্টা পঞ্চাশ মিনিট সময় ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ব্যয় করে থাকেন। করোনা ভাইরাস (কভিড-১৯) এর প্রাদুর্ভাবের ফলে ২০২০ এর তুলনায় ২০২৩ সালে মানুষ দৈনিক গড়ে ত্রিশ (৩০) মিনিট সময় বেশি ব্যয় করবেন বলে ভবিষ্যতবাণী করা হয়। ব্যবহারকারীগণের মধ্যে ছল্লিশ শতাংশ (৪০%) মানুষ বিভিন্ন ফিল্ম ও প্রদর্শনি উপভোগ করে থাকে এবং পঁচিশ শতাংশ (২৫%) মানুষ বই পড়ে এবং অডিও বই শুনে সময় ব্যয় করেন (Statista Research Department, 2022)। উত্তরপূর্ব মেক্সিকোর তামাউলিপাস অঞ্চলের রেইনোসা স্থানের একটি মাধ্যমিক বিদ্যালয়ে শিক্ষার্থীদের উপর পরিচালিত গবেষণায় দেখা যায় যে, কিশোর শিক্ষার্থীরা রাতের বেলায় ঘুমাতে যাওয়ার আগে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করে। তারা কম্পিউটার, স্মার্টফোন এবং এমপিট্রি ব্যবহার করেন। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের ফলে ঘুমের ব্যাঘাত ঘটায়

শিক্ষার্থীরা দেরিতে ঘুম থেকে জাগে। যেসব শিক্ষার্থী অতিমাত্রায় ভিডিও গেইম চর্চা করে তারা দেরিতে ঘুমাতে যায়, দেরিতে ঘুম থেকে জাগে এবং খুব সময় ঘুমায় (Arrona-Palacios, 2017)। যুক্তরাষ্ট্রে ভিত্তিক জরিপ সংস্থা গ্যালাপের জরিপের প্রকাশিত প্রতিবেদনে মিডিয়ার উপর মার্কিনীদের আস্থা রেকর্ড পরিমান হ্রাস পাওয়ার তথ্য প্রকাশিত হয়েছে। প্রতি ছয়জন মার্কিনীর মধ্যে একজন সংবাদপত্রের সংবাদ বিশ্বাস করেন এবং প্রতি দশ জন মার্কিনীদের মধ্যে একজন টেলিভিশনের সংবাদ বিশ্বাস করেন (Brenan, 2021)। মিডিয়ার মাধ্যমে মানুষের রাজনৈতিক ধ্যানধারণা ও দৃষ্টিভঙ্গি পরিবর্তন হয়ে থাকে। সবচেয়ে বড় ইতিবাচক দিক হলো তরুণদের উল্লেখযোগ্য হারে রাজনৈতিক সচেতনতা বৃদ্ধি। মিডিয়ার মাধ্যমে বিভিন্ন দেশে নানবিধ আন্দোলন, প্রতিরোধ এবং প্রতিবাদ পরিলক্ষিত হয়েছে যা সম্পূর্ণ নিউ মিডিয়ার কল্যাণে গড়ে উঠেছে। ফেসবুক ও টুইটারভিত্তিক যোগাযোগের ফলে তিউনিসিয়ায় গণবিপ্লব বেগবান হয়। তাছাড়া মিশরের আন্দোলনে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের দ্বারা যোগাযোগের ফলে তাহিরির স্কয়ারে প্রায় আড়াই লাখ লোক জমায়েত হয়। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের দ্বারা বাংলাদেশে যুদ্ধাপরাধীর বিচারের দাবীতে ২০১৩ সালে শাহবাগে গণজোয়ারের সৃষ্টি হয়। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ইতিবাচক ভূমিকার পাশাপাশি কখনো কখনো নেতিবাচক ভূমিকায়ও অবতীর্ণ হয়। সাম্প্রদায়িক সহিংসতা, রাজনৈতিক ও সামাজিক বিভিন্ন বিষয়ে গুজব ছড়িয়ে দিয়ে সামাজিক ও রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা সৃষ্টি করে (অভি, ৫ এপ্রিল ২০১৭)। সামাজিক মাধ্যম ফেইক নিউজ বা ভুয়া খবর অন্যতম বড় একটি ঝুঁকি। সামাজিক মাধ্যমে অর্থনৈতিক সংকট মোকাবেলা করছে বলে গুজব রটানোর ফলে ২০১৯ সালের মে মাসে ব্রিটেনের মেট্রো ব্যাংকের শেয়ার এগারো শতাংশ (১১%) ধ্বস নামে (BBC বাংলা, ১০ জুলাই ২০১৯)। দৈনন্দিন জীবনের প্রয়োজন, অবসর, বিনোদন, ব্যবসা-বাণিজ্য, অর্থনীতি, শিল্প, সামাজিকতা, চৈতন্য এবং আত্মপরিচয় নির্মাণে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তিনির্ভর নানাবিধ ক্ষেত্রে মিডিয়ার একটি কেন্দ্রীয় ভূমিকার কারণে সমাজে একটি মিডিয়া সংস্কৃতি গড়ে উঠেছে। বহুমাত্রিকতা ও প্রযুক্তির উৎকর্ষতার কারণে সাংস্কৃতিক আগ্রাসন ও ভোগবাদী সমাজ পরিলক্ষিত হচ্ছে (মামুন, ৮ ডিসেম্বর ২০২১)।

চতুর্থ অধ্যায়: তথ্য বিশ্লেষণ

চতুর্থ অধ্যায়: তথ্য বিশ্লেষণ

টেবিল নং-০১: উত্তরদাতাগণের বয়স

উত্তরদাতাগণের বয়স			
		গণসংখ্যা	শতকরা
Valid	20	35	18.9
	25	35	18.9
	35	40	21.6
	40	40	21.6
	45	35	18.9
	মোট	185	100.0

উত্তরদাতাগণের বয়সের বেশিরভাগ উত্তরদাতার বয়স ৩৫ থেকে ৪০ বছর (৪২.৬%)। কিন্তু তুলনামূলক কমসংখ্যক উত্তরদাতাগণের বয়স ২০ থেকে ২৫ বছর (৩৭.৮%)। ১৮%.৯% উত্তরদাতাগণের বয়স ৪৫ বছর। উত্তরদাতাগণের সর্বনিম্ন বয়স ২০ বছর এবং সর্বোচ্চ বয়স ৪৫ বছর। সর্বমোট ১৮৫ জন উত্তরদাতা এই জরীপে অংশগ্রহণ করেন।

টেবিল নং-০২: উত্তরদাতাগণের পেশা

উত্তরদাতাগণের পেশা		
	গণসংখ্যা	শতকরা
ইঞ্জিনিয়ার	37	20.0
চাকরিজীবী	37	20.0
শিক্ষার্থী	38	20.5
গাড়ী চালক	37	20.0
ব্যবসায়ী	36	19.5
মোট	185	100.0

উত্তরদাতাগণের মধ্যে ইঞ্জিনিয়ার, চাকরিজীবী, শিক্ষার্থী, গাড়ী চালক ও ব্যবসায়ী প্রভৃতি পেশার মানুষ মতামত প্রদান করেন। মতামত প্রদানকারীদের মধ্যে সকল পেশার মানুষের শতকরা হার প্রায় সমান। উল্লেখিত পেশাসমূহের মোট ১৮৫ জন মতামত প্রদান করেন। মতামত প্রদানকারীদের মধ্যে ইঞ্জিনিয়ার, চাকরিজীবী, শিক্ষার্থী ও গাড়ী চালক প্রভৃতি পেশার মানুষের প্রত্যেক পেশার স্বতন্ত্র হার ২০% এবং সর্বমোট হার ৮০%।

টেবিল নং-০৩: উত্তরদাতাগনের পেশা

উত্তরদাতাগনের পেশা					
			লিঙ্গ		মোট
			পুরুষ	নারী	
উত্তরদাতাগনের পেশা	ইঞ্জিনিয়ার	সংখ্যা	27	10	37
		শতকরা হার (মোট)	14.6%	5.4%	20.0%
	চাকরিজীবী	সংখ্যা	25	12	37
		শতকরা হার (মোট)	13.5%	6.5%	20.0%
	শিক্ষার্থী	সংখ্যা	28	10	38
		শতকরা হার (মোট)	15.1%	5.4%	20.5%
	গাড়ী চালক	সংখ্যা	26	11	37
		শতকরা হার (মোট)	14.1%	5.9%	20.0%
	ব্যবসায়ী	সংখ্যা	26	10	36
		শতকরা হার (মোট)	14.1%	5.4%	19.5%

মোট	সংখ্যা	132	53	185
	শতকরা হার (মোট)	71.4%	28.6%	100.0%

উত্তরদাতাগণের মধ্যে পুরুষ (৭১.৪%) ও নারী (২৮.৬%) দুই শ্রেণীর উত্তরদাতাই মতামত ব্যক্ত করেছেন। ৭১.৪% পুরুষ উত্তরদাতার মধ্যে বিভিন্ন পেশার উত্তরদাতা যেমন: ইঞ্জিনিয়ার (14.6%), চাকরিজীবী (13.5%), শিক্ষার্থী (15.1%), গাড়ী চালক (14.1%) ও ব্যবসায়ী (14.1%) ছিলেন। ২৮.৬% নারী উত্তরদাতার মধ্যে ইঞ্জিনিয়ার ছিলেন 5.4%, চাকরিজীবী ছিলেন 6.5%, শিক্ষার্থী ছিলেন 5.4%, গাড়ী চালক ছিলেন 5.9% ও ব্যবসায়ী ছিলেন 5.4%।

টেবিল নং-০৪: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের প্রবণতা

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের প্রবণতা					
			লিঙ্গ		মোট
			পুরুষ	নারী	
আপনি কি ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন?	হ্যাঁ	সমষ্টি	132	53	185
		শতকরা হার (মোট)	71.4%	28.6%	100.0%
মোট		সমষ্টি	132	53	185

	শতকরা হার (মোট)	71.4%	28.6%	100.0%
--	--------------------	-------	-------	--------

উত্তরদাতাগণের মধ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ক্ষেত্রে শতভাগ উত্তরদাতা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন মর্মে মতামত ব্যক্ত করেছেন। উত্তরদাতাগণের ৭১.৪% পুরুষ উত্তরদাতা এবং ২৮.৬% নারী উত্তরদাতা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন মর্মে মতামত দিয়েছেন।

টেবিল নং-০৫: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া উপভোগের উদ্দেশ্য

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া উপভোগের উদ্দেশ্য		
	গণসংখ্যা	শতকরা
সংবাদ	74	40.0
নাটক	37	20.0
বিনোদন	74	40.0
মোট	185	100.0

ব্যবহারকারীগণ বিভিন্ন উদ্দেশ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। যেমন: সংবাদ অনুসন্ধান, নাটক উপভোগ এবং বিভিন্ন উপায়ে বিনোদন পাওয়া। উল্লেখিত টেবিলে দেখা যায় যে, ৬০% মানুষ নাটক উপভোগ এবং বিনোদন প্রাপ্তির লক্ষ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। কিন্তু শুধুমাত্র ৪০% মানুষ সংবাদ উপভোগের উদ্দেশ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন।

টেবিল নং-০৬: সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ভূমিকা

সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ভূমিকা		
	গণসংখ্যা	শতকরা
ইতিবাচক	74	40.0
নেতিবাচক	111	60.0
মোট	185	100.0

সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ভূমিকা নিয়ে উপরের টেবিলে তথ্য প্রদর্শিত হচ্ছে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে ইতিবাচক ও নেতিবাচক দুটি উপায়ে সমাজে ভূমিকা পালন করে বলে উত্তরদাতাগণ মনে করেন। উপরে প্রদর্শিত তথ্যের মধ্যে ৪০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ইতিবাচক উপায়ে ভূমিকা পালন করে এবং ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে নেতিবাচক ভূমিকা পালন করেন।

টেবিল নং-০৭: সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ইতিবাচক ভূমিকা

সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ইতিবাচক ভূমিকা		
	গণসংখ্যা	শতকরা
শিক্ষা সম্প্রসারণ	37	20.0
আচরণগত উন্নতি	111	60.0
ভাষাগত উন্নতি	37	20.0
মোট	185	100.0

উত্তরদাতাগণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় ইতিবাচক ভূমিকাসমূহকে তিনটি শ্রেণীতে বিভক্ত করেছেন। যেমন: শিক্ষা সম্প্রসারণ, আচরণগত উন্নতি ও ভাষাগত উন্নতি। উপরের টেবিলে উপস্থাপিত তথ্যের আলোকে বলা যায় যে, ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ইতিবাচক ভূমিকা হিসেবে মানুষের আচরণগত উন্নতি সাধনে ভূমিকা পালন করে। কিন্তু ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া শিক্ষা সম্প্রসারণের ক্ষেত্রে ইতিবাচক ভূমিকা পালন করে। একইভাবে, ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ভাষাগত উন্নতি সাধনে ইতিবাচক ভূমিকা পালন করে।

টেবিল নং-০৮: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক ভূমিকা

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক ভূমিকা		
	গণসংখ্যা	শতকরা
ভুল তথ্য প্রচার	62	33.5
খারাপ মনোবাসনা ছড়ায়	31	16.8
অতিরিক্ত আধুনিকতার সৃষ্টি করে	92	49.7
মোট	185	100.0

উত্তরদাতাগণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক ভূমিকাসমূহকে তিনটি শ্রেণীতে বিভক্ত করেছেন। যেমন: ভুল তথ্য প্রচার, খারাপ মনোবাসনা ছড়ায় এবং অতিরিক্ত আধুনিকতার সৃষ্টি। উপরের টেবিলে উপস্থাপিত তথ্যের আলোকে বলা যায় যে, ৪৯.৭% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক ভূমিকা হিসেবে মানুষের অতিরিক্ত আধুনিকতার সৃষ্টিতে ভূমিকা পালন করে। কিন্তু ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া খারাপ মনোবাসনা ছড়ানোর ক্ষেত্রে নেতিবাচক ভূমিকা পালন করে। একইভাবে, ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ভুল তথ্য প্রচারের মাধ্যমে নেতিবাচক ভূমিকা পালন করে।

টেবিল নং-০৯: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক আচরণে পরিবর্তনের ধরণ

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক আচরণে পরিবর্তনের ধরণ		
পরিবর্তনের ধরন	গণসংখ্যা	শতকরা
ইতিহাস শিক্ষা	74	40.0
রাজনীতিকে জানা	111	60.0
মোট	185	100.0

উপরের টেবিলে প্রদর্শিত তথ্যের আলোকে বলা যায় যে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক আচরণে পরিবর্তন সাধিত হচ্ছে। যেমন: ইতিহাস শিক্ষা এবং রাজনীতিকে জানা। উপরে বর্ণিত টেবিলে দেখা যাচ্ছে যে, ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে মানুষ রাজনীতিকে জানতে পারছে। কিন্তু ৪০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে মানুষ ইতিহাস শিখতে পারছে।

টেবিল নং-১০: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন		
	গণসংখ্যা	শতকরা
হ্যাঁ	61	33.0
না	124	67.0
মোট	185	100.0

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন হওয়ার বিষয়ে উত্তরদাতাগণ হ্যাঁ বা না মর্মে উত্তর প্রদান করেছেন। উপরে প্রদর্শিত টেবিলে বর্ণিত তথ্যের আলোকে বলা যায় যে, বেশিরভাগ মানুষ (৩৩%) মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন ঘটেছে। কিন্তু, ৬৭% মানুষ মনে করেন, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন ঘটে।

টেবিল নং-১১: রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থার পরিবর্তন

রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থার পরিবর্তন		
	গণসংখ্যা	শতকরা
নেতিবাচক মনোবৃত্তি	37	20.0
রাজনীতির প্রতি অনুপ্রেরণা হ্রাস করা	37	20.0
দলীয় রাজনীতির প্রতি অনিহা সৃষ্টি	111	60.0
মোট	185	100.0

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া রাজনৈতিক দলের প্রতি বিভিন্নভাবে মানুষের আস্থার পরিবর্তন ঘটিয়ে থাকে। যেমন: নেতিবাচক মনোবৃত্তির সৃষ্টি, রাজনীতির প্রতি অনুপ্রেরণা হ্রাস করা এবং দলীয় রাজনীতির প্রতি অনিহা সৃষ্টি করা প্রভৃতি। উত্তরদাতাগণের ১৮৫ জনের মধ্যে ১১১ জন (৬০%) মনে করেন যে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া দলীয় রাজনীতির প্রতি অনিহা সৃষ্টি করে এবং ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক মনোবৃত্তি ও রাজনীতির প্রতি অনুপ্রেরণা হ্রাস করে মর্মে ৪০ শতাংশ উত্তরদাতা মনে করেন।

টেবিল নং-১২: রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থার পরিবর্তনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা রাখতে না পারার কারণসমূহ

রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থার পরিবর্তনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা রাখতে না পারার কারণসমূহ		
	গণসংখ্যা	শতকরা
দলীয় প্রধানের প্রতি আনুগত্য	139	75.1
প্রচারিত সংবাদের প্রতি আস্থা না থাকা	46	24.9
মোট	185	100.0

উত্তরদাতাগণ রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থার পরিবর্তনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীদের উপর কোন প্রভাব বিস্তার করতে না পারার কারণ হিসেবে কয়েকটি দুটি বিষয়কে সনাক্ত করেছেন। যেমন: দলীয় প্রধানের প্রতি আনুগত্য এবং প্রচারিত সংবাদের প্রতি আস্থা না থাকা। ১৮৫ জন উত্তরদাতা এই প্রশ্নের সাড়া দিয়েছেন। তন্মধ্যে, ১৩৯ জন (৭৫.১%) উত্তরদাতা মনে করেন যে, দলীয় প্রধানের প্রতি আনুগত্যের কারণে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া রাজনৈতিক দলের প্রতি ব্যবহারকারীদের আস্থার পরিবর্তনে কোন ভূমিকা পালন করতে পারছে না। কিন্তু, মাত্র ৪৬ জন (২৪.৯%) উত্তরদাতা মনে করেন যে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার প্রচারিত সংবাদের প্রতি জনগনের আস্থা না থাকায় ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থা পরিবর্তনে ব্যর্থ হচ্ছে।

টেবিল নং-১৩: গুজব সৃষ্টিতে ফেইসবুকের সক্রিয়তা

গুজব সৃষ্টিতে ফেইসবুকের সক্রিয়তা		
	গণসংখ্যা	শতকরা
হ্যাঁ	164	88.6
উত্তর প্রদান করেন নি	21	11.4
মোট	185	100.0

গুজব সৃষ্টিতে ফেইসবুকের ভূমিকা মূল্যায়নে ১৮৫ জনের মধ্যে ১৬৪ জন উত্তরদাতা মতামত প্রদান করেছেন। গুজব সৃষ্টিতে ভূমিকা পলনরত ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মধ্যে ১৬৪ জন (৮৮.৬%) উত্তরদাতা ফেইসবুককে সনাক্ত করেছেন এবং বাকী ১১.৪ শতাংশ উত্তরদাতা এই বিষয়ে কোন মতামত প্রদান করেননি।

টেবিল নং-১৪: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীদের সবচেয়ে বেশি
উপভোগকৃত সম্প্রচারসমূহ

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীদের সবচেয়ে বেশি উপভোগকৃত সম্প্রচারসমূহ		
	গণসংখ্যা	শতকরা
সংবাদ	80	43.2
বিনোদন	53	28.6
ধর্মীয় বক্তব্য	52	28.1
মোট	185	100.0

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীগণ সংবাদ, বিনোদন ও ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের জন্য ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। ১৮৫ জন উত্তরদাতার মধ্যে ৪৩.২ শতাংশ উত্তরদাতা সংবাদ আহরণের উদ্দেশ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। ২৮.৬% বিনোদনের উদ্দেশ্যে এবং ২৮.১% ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের জন্য ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন।

টেবিল নং-১৫: সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা

সমাজে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা		
	গণসংখ্যা	শতকরা
সচেতনতা তৈরী	92	49.7
ধর্মীয় সহিংসতা সৃষ্টি	31	16.8
বিশৃঙ্খলা সৃষ্টি	62	33.5
মোট	185	100.0

ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে সচেতনতা তৈরী, ধর্মীয় সহিংসতা সৃষ্টি ও বিশৃঙ্খলা সৃষ্টিসহ নানাবিধ ভূমিকা পালন। উত্তরদাতাগণের বেশিরভাগ উত্তরদাতা মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে সচেতনতা সৃষ্টি করে। ৩৩.৫ শতাংশ উত্তরদাতা মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে বিশৃঙ্খলা সৃষ্টি করে এবং ১৬.৮% উত্তরদাতা মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে ধর্মীয় সহিংসতা সৃষ্টি করে।

**টেবিল নং-১৬: ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীগণের সবচেয়ে উপভোগকৃত
সম্প্রচারসমূহ**

		উত্তরদাতাগণের পেশা					মোট
		ইঞ্জিনি য়ার	চাকরি জীবী	শিক্ষার্থী	গাড়ী চালক	ব্যবসায়ী	
সংবাদ	সমষ্টি	17	17	15	15	16	80
	শতকরা হার (মোট)	9.2%	9.2%	8.1%	8.1%	8.6%	43.2%
বিনোদন	সমষ্টি	10	10	11	12	10	53
	শতকরা হার (মোট)	5.4%	5.4%	5.9%	6.5%	5.4%	28.6%
ধর্মীয় বক্তব্য	সমষ্টি	10	10	12	10	10	52
	শতকরা হার (মোট)	5.4%	5.4%	6.5%	5.4%	5.4%	28.1%
মোট	সমষ্টি	37	37	38	37	36	185
	শতকরা হার (মোট)	20.0%	20.0%	20.5%	20.0%	19.5%	100.0%

উত্তরদাতাগণ সংবাদ আহরণ, বিনোদন ও ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের জন্য ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। বিভিন্ন পেশার উত্তরদাতাগণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদসমূহ বেশি উপভোগ করেন। এই সংবাগ আহরণে ইঞ্জিনিয়ার ও চাকরিজীবীগণ বেশি এগিয়ে রয়েছেন। তবে অন্যান্য পেশার

ব্যবহারকারীগণও বিনোদন ও ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের চেয়ে সংবাদই বেশি উপভোগ করেন। তবে, বিনোদন (28.6%) ও ধর্মীয় বক্তব্য (28.1%) উপভোগকারী উত্তরদানকারীর সংখ্যা ৫৬.৭%।

পঞ্চম অধ্যায়: উপসংহার

পঞ্চম অধ্যায়: উপসংহার

গবেষণা ফলাফল

- উত্তরদাতাগণের বয়সের বেশিরভাগ উত্তরদাতার বয়স ৩৫ থেকে ৪০ বছর (৪২.৬%)। কিন্তু তুলনামূলক কমসংখ্যক উত্তরদাতাগণের বয়স ২০ থেকে ২৫ বছর (৩৭.৮%)। ১৮%.৯% উত্তরদাতাগণের বয়স ৪৫ বছর। উত্তরদাতাগণের সর্বনিম্ন বয়স ২০ বছর এবং সর্বোচ্চ বয়স ৪৫ বছর। সর্বমোট ১৮৫ জন উত্তরদাতা এই জরীপে অংশগ্রহণ করেন।
- উত্তরদাতাগণের মধ্যে ইঞ্জিনিয়ার, চাকরিজীবী, শিক্ষার্থী, গাড়ী চালক ও ব্যবসায়ী প্রভৃতি পেশার মানুষ মতামত প্রদান করেন। মতামত প্রদানকারীদের মধ্যে সকল পেশার মানুষের শতকরা হার প্রায় সমান। উল্লেখিত পেশাসমূহের মোট ১৮৫ জন মতামত প্রদান করেন। মতামত প্রদানকারীদের মধ্যে ইঞ্জিনিয়ার, চাকরিজীবী, শিক্ষার্থী ও গাড়ী চালক প্রভৃতি পেশার মানুষের প্রত্যেক পেশার স্বতন্ত্র হার ২০% এবং সর্বমোট হার ৮০%।
- উত্তরদাতাগণের মধ্যে পুরুষ (৭১.৪%) ও নারী (২৮.৬%) দুই শ্রেণীর উত্তরদাতাই মতামত ব্যক্ত করেছেন। ৭১.৪% পুরুষ উত্তরদাতার মধ্যে বিভিন্ন পেশার উত্তরদাতা যেমন: ইঞ্জিনিয়ার (14.6%), চাকরিজীবী (13.5%), শিক্ষার্থী (15.1%), গাড়ী চালক (14.1%) ও ব্যবসায়ী (14.1%) ছিলেন। ২৮.৬% নারী উত্তরদাতার মধ্যে ইঞ্জিনিয়ার ছিলেন 5.4%, চাকরিজীবী ছিলেন 6.5%, শিক্ষার্থী ছিলেন 5.4%, গাড়ী চালক ছিলেন 5.9% ও ব্যবসায়ী ছিলেন 5.4%।
- উত্তরদাতাগণের মধ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ক্ষেত্রে শতভাগ উত্তরদাতা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন মর্মে মতামত ব্যক্ত করেছেন। উত্তরদাতাগণের ৭১.৪% পুরুষ উত্তরদাতা এবং ২৮.৬% নারী উত্তরদাতা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন মর্মে মতামত দিয়েছেন।
- ব্যবহারকারীগণ বিভিন্ন উদ্দেশ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। যেমন: সংবাদ অনুসন্ধান, নাটক উপভোগ এবং বিভিন্ন উপায়ে বিনোদন পাওয়া। ৬০% মানুষ নাটক উপভোগ এবং বিনোদন প্রাপ্তির লক্ষ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। কিন্তু শুধুমাত্র ৪০% মানুষ সংবাদ উপভোগের উদ্দেশ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন।

- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে ইতিবাচক ও নেতিবাচক দুটি উপায়ে সমাজে ভূমিকা পালন করে বলে উত্তরদাতাগণ মনে করেন। ৪০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ইতিবাচক উপায়ে ভূমিকা পালন করে এবং ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে নেতিবাচক ভূমিকা পালন করেন।
- উত্তরদাতাগণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ইতিবাচক ভূমিকাসমূহকে তিনটি শ্রেণীতে বিভক্ত করেছেন। যেমন: শিক্ষা সম্প্রসারণ, আচরণগত উন্নতি ও ভাষাগত উন্নতি। ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ইতিবাচক ভূমিকা হিসেবে মানুষের আচরণগত উন্নতি সাধনে ভূমিকা পালন করে। কিন্তু ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া শিক্ষা সম্প্রসারণের ক্ষেত্রে ইতিবাচক ভূমিকা পালন করে। একইভাবে, ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ভাষাগত উন্নতি সাধনে ইতিবাচক ভূমিকা পালন করে।
- উত্তরদাতাগণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার নেতিবাচক ভূমিকাসমূহকে তিনটি শ্রেণীতে বিভক্ত করেছেন। যেমন: ভুল তথ্য প্রচার, খারাপ মনোবাসনা ছড়ায় এবং অতিরিক্ত আধুনিকতার সৃষ্টি। ৪৯.৭% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক ভূমিকা হিসেবে মানুষের অতিরিক্ত আধুনিকতার সৃষ্টিতে ভূমিকা পালন করে। কিন্তু ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া খারাপ মনোবাসনা ছড়ানোর ক্ষেত্রে নেতিবাচক ভূমিকা পালন করে। একইভাবে, ২০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ভুল তথ্য প্রচারের মাধ্যমে নেতিবাচক ভূমিকা পালন করে।
- প্রদর্শিত তথ্যের আলোকে বলা যায় যে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক আচরণে পরিবর্তন সাধিত হচ্ছে। যেমন: ইতিহাস শিক্ষা এবং রাজনীতিকে জানা। ৬০% মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে মানুষ রাজনীতিকে জানতে পারছে। কিন্তু ৪০% শতাংশ মানুষ মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে মানুষ ইতিহাস শিখতে পারছে।
- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন হওয়ার বিষয়ে উত্তরদাতাগণ হ্যাঁ বা না মর্মে উত্তর প্রদান করেছেন। বেশিরভাগ মানুষ (৬৭%) মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তন ঘটে না। কিন্তু, ৩৩%

মানুষ মনে করেন, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থা পরিবর্তন ঘটে।

- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া রাজনৈতিক দলের প্রতি বিভিন্নভাবে মানুষের আস্থা পরিবর্তন ঘটিয়ে থাকে। যেমন: নেতিবাচক মনোবৃত্তির সৃষ্টি, রাজনীতির প্রতি অনুপ্রেরণা হ্রাস করা এবং দলীয় রাজনীতির প্রতি অনিহা সৃষ্টি করা প্রভৃতি। উত্তরদাতাগণের ১৮৫ জনের মধ্যে ১১১ জন (৬০%) মনে করেন যে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া দলীয় রাজনীতির প্রতি অনিহা সৃষ্টি করে এবং ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া নেতিবাচক মনোবৃত্তি ও রাজনীতির প্রতি অনুপ্রেরণা হ্রাস করে মর্মে ৪০ শতাংশ উত্তরদাতা মনে করেন।
- উত্তরদাতাগণ রাজনৈতিক দলের প্রতি আস্থা পরিবর্তনে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীদের উপর কোন প্রভাব বিশ্বাস করতে না পারার কারণ হিসেবে কয়েকটি দুটি বিষয়কে সনাক্ত করেছেন। যেমন: দলীয় প্রধানের প্রতি আনুগত্য এবং প্রচারিত সংবাদের প্রতি আস্থা না থাকা। ১৮৫ জন উত্তরদাতা এই প্রশ্নের সাড়া দিয়েছেন। তন্মধ্যে, ১৩৯ জন (৭৫.১%) উত্তরদাতা মনে করেন যে, দলীয় প্রধানের প্রতি আনুগত্যের কারণে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া রাজনৈতিক দলের প্রতি ব্যবহারকারীদের আস্থা পরিবর্তনে কোন ভূমিকা পালন করতে পারছে না। কিন্তু, মাত্র ৪৬ জন (২৪.৯%) উত্তরদাতা মনে করেন যে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার প্রচারিত সংবাদের প্রতি জনগণের আস্থা না থাকায় ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থা পরিবর্তনে ব্যর্থ হচ্ছে।
- গুজব সৃষ্টিতে ফেইসবুকের ভূমিকা মূল্যায়নে ১৮৫ জনের মধ্যে ১৬৪ জন উত্তরদাতা মতামত প্রদান করেছেন। গুজব সৃষ্টিতে ভূমিকা পালনরত ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মধ্যে ১৬৪ জন (৮৮.৬%) উত্তরদাতা ফেইসবুককে সনাক্ত করেছেন এবং বাকী ১১.৪ শতাংশ উত্তরদাতা এই বিষয়ে কোন মতামত প্রদান করেননি।
- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীগণ সংবাদ, বিনোদন ও ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের জন্য ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। ১৮৫ জন উত্তরদাতার মধ্যে ৪৩.২ শতাংশ উত্তরদাতা সংবাদ আহরণের উদ্দেশ্যে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। ২৮.৬% বিনোদনের উদ্দেশ্যে এবং ২৮.১% ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের জন্য ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন।

- ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে সচেতনতা তৈরী, ধর্মীয় সহিংসতা সৃষ্টি ও বিশৃঙ্খলা সৃষ্টিসহ নানাবিধ ভূমিকা পালন। উত্তরদাতাগণের বেশিরভাগ উত্তরদাতা মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে সচেতনতা সৃষ্টি করে। ৩৩.৫ শতাংশ উত্তরদাতা মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে বিশৃঙ্খলা সৃষ্টি করে এবং ১৬.৮% উত্তরদাতা মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সমাজে ধর্মীয় সহিংসতা সৃষ্টি করে।
- উত্তরদাতাগণ সংবাদ আহরণ, বিনোদন ও ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের জন্য ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। বিভিন্ন পেশার উত্তরদাতাগণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদসমূহ বেশি উপভোগ করেন। এই সংবাগ আহরণে ইঞ্জিনিয়ার ও চাকরিজীবীগণ বেশি এগিয়ে রয়েছেন। তবে অন্যান্য পেশার ব্যবহারকারীগণও বিনোদন ও ধর্মীয় বক্তব্য উপভোগের চেয়ে সংবাদই বেশি উপভোগ করেন। তবে, বিনোদন (২৪.৬%) ও ধর্মীয় বক্তব্য (২৪.১%) উপভোগকারী উত্তরদাতার সংখ্যা ৫৬.৭%।

বাংলাদেশে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার জনপ্রিয়তা দিন দিন বেড়েই চলছে। ব্যবহারকারীগণ একাধিক ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মাধ্যমে ব্যবহারকারীগণ সংবাদ আহরণ, বিনোদন, কেনাকাটা ইত্যাদির অনেক দৈনন্দিন প্রয়োজন মিটিয়ে থাকে। বর্তমানে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মাধ্যমের ব্যবসায়িক প্রচার ও প্রসারণ ঘটানো হয়। বাংলাদেশে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীগণ দৈনিক প্রায় দুই থেকে চার ঘন্টা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন। বেশিরভাগ উত্তরদাতা মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া জনমতকে প্রভাবিত করে। রাজনৈতিক সংস্কৃতির বিকাশেও ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার ভূমিকা ব্যাপক। এই মিডিয়ার মাধ্যমে মানুষের রাজনৈতিক আচরণগত পরিবর্তনসহ ধর্মীয় আচরণগত পরিবর্তনও লক্ষ্য করা যায়। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার মাধ্যমে মানুষ অতি দ্রুত সংবাদ প্রচারসহ দ্রুততার সাথে মানুষের কাছে সংবাদ পৌঁছে দিতে পারে। ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার পরিবর্তনের পাশাপাশি রাজনৈতিক বিষয় ও সমস্যাসমূহের প্রতি মানুষের দৃষ্টিভঙ্গিগত পরিবর্তনও লক্ষ্য করা যায়। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া বস্তুনিষ্ঠ সংবাদ পরিবেশনের পাশাপাশি কখনও কখনও গুজবে সৃষ্টিতেও ভূমিকা পালন করে। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া জনমতকে প্রভাবিত করার লক্ষ্যে বিভ্রান্তিকর বা আকর্ষণীয় সংবাদ শিরোনাম প্রচার করে। গুজব সৃষ্টিতে

উত্তরদাতাগণ ফেইসবুক ও ভুয়া সংবাদ মাধ্যমগুলিকে দায়ী করেছেন। তবে বেশিরভাগ ব্যবহারকারীগণ বিনোদনের মাধ্যম হিসেবে ইলেক্ট্রনিক মাধ্যম ব্যবহার করেন বলে জানিয়েছেন। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহারকারীগণ নেতৃত্বস্থানীয় গণমাধ্যমসমূহকে গ্রহণযোগ্য সংবাদ মাধ্যম হিসেবে বিবেচনা করে থাকেন। ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার প্রচারিত সংবাদের ফলে সমাজে সচেতনতা সৃষ্টির পাশাপাশি ধর্মীয় বিদ্বেষ সৃষ্টি হয় বলে উত্তরদাতাগণ মনে করেন।

তথ্যসূত্র:

Ajker Bangladesh. (2019, 26 3). Retrieved from <https://www.ajkerbangladesh.com.bd/editorial/2019/03/26/10114>

Aljazeera. (2018, August 29). *Alan Kurdi: The story behind 'The Boy on the Beach'*. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/program/the-stream/2018/8/29/alan-kurdi-the-story-behind-the-boy-on-the/>

Anduiza, Eva; Cristancho, Camilo; Sabucedo, José M. (2014). Mobilization through online social networks: the political protest of the indignados in Spain. *Information, communication and society*, 17(6), 750-764.

Arrona-Palacios, A. (2017). High and low use of electronic media during nighttime before going to sleep: A comparative study between adolescents attending a morning or afternoon school shift. *Journal of Adolescence*. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.10.009>

Banglapedia.) ০৫ মে ২০১৪ .(জনমত .বাংলাপিডিয়া : <http://bn.banglapedia.org/index.php?title=%E0%A9%6C%E0%A%6A%8E%0A%6AE%E0%A%6A> 4থেকে উদ্ধার করা

BBC. (2015, August 04). Retrieved from https://www.bbc.com/bengali/news/2015/08/150804_aho_khulna_child_killing

BBC. (2016, September 04). *Bangladesh war crimes trial: Key accused*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-asia-20970123>

BBC. (2017, April 11). Retrieved from <https://www.bbc.com/bengali/news-39562586>

BBC. (2018, March 21). Retrieved from <https://www.bbc.com/bengali/news-43482972>

BBC বাংলা. (১০ জুলাই ২০১৯.) (যেভাবে সোশ্যাল মিডিয়া আপনার ব্যবসা ধ্বংস করতে পারে. ঢাকা :BBC বাংলা. Retrieved from <https://www.bbc.com/bengali/news-48931145>

- Benkler, Yochai; Roberts, Hal; Faris, Robert; Solow-Niederman, Alicia; Etling, Bruce. (2015). Social mobilization and the networked public sphere: Mapping the SOPA-PIPA debate. *Political communication*, 32(4), 594-624.
- Bennett, W. Lance. (2008). *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*. Cambridge MA: MIT Press.
- Bennett, W. Lance; Segerberg, Alexandra. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press. ISBN: 978 1 107642720.
- Bray, M. (2018, March 05). *The Quad*. Retrieved from <https://wcuquad.com/6010053/op-ed/the-role-of-media-in-shaping-public-opinion/>
- Brenan, M. (2021). *Americans' Trust in Media Dips to Second Lowest on Record*. Gallup. Retrieved July 30, 2022, from <https://news.gallup.com/poll/355526/americans-trust-media-dips-second-lowest-record.aspx>
- Bruns, Axel; Highfield, Tim, Burgess; Jean. (2013). The Arab Spring and social media audiences: English and Arabic Twi-tter users and their networks. *American behavioral scientist*, 57(7), 871-898.
- Dahlgren, P. (2013). *The political web*. New York: Palgrave Macmillan.
- Data Storage*. (2018, February). Retrieved from [www.wikipedia.org: https://en.wikipedia.org/wiki/Data_storage#:~:text=Data%20storage%20is%20the%20recording,all%20examples%20of%20storage%20media](https://en.wikipedia.org/wiki/Data_storage#:~:text=Data%20storage%20is%20the%20recording,all%20examples%20of%20storage%20media).
- Davison, W. P. (2017, March 17). *Public opinion*. (Encyclopædia Britannica, inc.) Retrieved September 02, 2020, from Encyclopædia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/public-opinion>
- Davison, W. P. (2020, November 13). *Public opinion*. Retrieved December 28, 2020, from <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/The-Middle-Ages-to-the-early-modern-period>

- Dennis Nguyen, I. D. (Ed.). (2020). *Understanding Media and Society in the Age of Digitalisation*. Springer Nature. doi:doi.org/10.1007/978-3-030-38577-4
- Devereux, E. (2014). *Understanding the Media*. London: SAGE Publication. Retrieved March 22, 2021, from https://books.google.com.bd/books?hl=en&lr=&id=rQVPAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=media+is+&ots=HYYcBP2HJx&sig=U0Iyv9XgAhfe3nt8eWVLuf6rVFo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Eltantawy, Nahed; Wiest, Julie B. (2011). The Arab Spring| social media in the Egyptian Revolution: Reconsidering resource mobilization theory. *International journal of communication*, 5, 1207-1224.
- Haciyakupoglu, Gulizar; Zhang, Weiyu. (2015). Social media and trust during the Gezi protests in Turkey. *Journal of computer-mediated communication*, 20(4), 450-466.
- Krings, M. (2018, October 10). *Study Shows How Media's Influence on Public Opinion Varies by Country*. Retrieved December 28, 2020, from <https://news.ku.edu/2018/09/13/study-shows-how-media-influence-public-individual-opinions-varies-country-factors>
- Laurence, M. (2018, February 22). Democratic Theory.
- Losey, J. (2014). The Anti-counterfeiting trade agreement and European civil society: A Case study of networked advocacy. *Journal of information policy*, 4, 205-227.
- Masip, Pere; Ruiz-Caballero, Carlos; Suau, Jaume. (2019, March 13). Active audiences and social discussion on the digital public sphere. Review article". *El profesional de la información*. 28(2). doi:<https://doi.org//10.3145/epi.2019.mar.04>
- Medoff, Norman J. and Kaye, Barbara K. (2017). *Electronic Media: Then, Now, and Later*. New York: Routledge. Retrieved April 01, 2020, from www.Study.com: <https://books.google.com.bd/books?hl=en&lr=&id=yC4IDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=media+and+electronic+media&ots=7GIJP6GIa7&sig=joz>

wpNGWTLXqE4sIIISGn-

C9s6Wc&redir_esc=y#v=onpage&q=media%20and%20electronic%20media&f=false

- Newman, Nic et al. (2018). *Digital news report 2018*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>
- Owen, D. (1999). Effects of Electronic Media on Democratic Attitudes. *Democracy and the Globalization of Politics and the Economy International Conference*. Bd Urach, Germany: German Federal Agency for Civic Education, Germany and Center for Civic Education, CA USA. Retrieved from https://www.civiced.org/papers/papers_oct99_owens.html
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Rahman, Tania & Jahan, Israt. (2020). Role of Social Media Rumors in Social Unrest of Bangladesh. *Proceedings-11th Putrajaya International Conference on Children, Women, Elderly and People with Disabilities (PICCWED11)*, (pp. 107-118). Putrajaya.
- Rainie, Lee; Wellman, Barry. (2012). *Networked*. Cambridge MA: The MIT Press.
- Schädlich, H. Gordeeva, D. (2017). *Structuration Theory*. (M. M. Michael Meyen, Ed.) LMU Munich: Department of Communication Studies and Media Research. Retrieved from <http://mappingmediafreedom.de/structuration-theory/>
- Schmidt, J.-H. (2014). *Twitter and the rise of personal publics*. (K. e. Weller, Ed.) New York: Peter Lang.
- Statista Research Department. (2022). *Time spent with digital vs. traditional media in the U.S. 2011-2023*. Statista Research Department. Retrieved July 30, 2022, from <https://www.statista.com/statistics/565628/time-spent-digital-traditional-media-usa/>

- Study Moose. (2016, June 5). *Role of Electronic Media of Communication*. Retrieved September 2, 2020, from www.studymoose.com: <https://studymoose.com/role-of-electronic-media-of-communication-essay>
- Suau, J. (2015). *Citizens and online media participation. Attitudes and motivations towards participatory journalism and other online practices in London and Barcelona*. Barcelona: University Ramon Llull.
- The Daily Star. (2015, September 22). Retrieved from <https://www.thedailystar.net/op-ed/politics/private-education-public-good-146866>
- Vu, Hong Tien et al. (2018). *Study Shows How Media's Influence on Public Opinion Varies by Country*. University of Kansas. Retrieved from <https://news.ku.edu/2018/09/13/study-shows-how-media-influence-public-individual-opinions-varies-country-factors>
- Webster, J. G. (2007). *The Role of Structure in Media Choice*.
- Wikipedia. (2020, October 21). *Mirat Ul Akhbar*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Mirat-ul-Akhbar>
- Wikipedia. (2020, September 07). *Nilüfer Demir*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Nil%C3%BCfer_Demir
- Wikipedia. (2020, November 03). *Sambad Kaumudi*. Retrieved from https://en.m.wikipedia.org/wiki/Sambad_Kaumudi
- Wikipedia. (2021, February 08). *Death of Alan Kurdi*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Death_of_Alan_Kurdi
- Wikipedia. (2021, March 23). *Mass Media*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media
- Wikipedia. (2021, January 07). *Papal selection before 1059*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Papal_selection_before_1059

অভি, স. (৫ এপ্রিল ২০১৭). (নিউ মিডিয়ায় রাজনৈতিক অংশগ্রহণ. ঢাকা :দৈনিক ইনকিলাব. Retrieved from <https://www.dailyinqilab.com/article/73155/নিউ-মিডিয়ায়-রাজনৈতিক-অংশগ্রহণ>

আহমদ, স. (২০১২, December 19). *Opinion*. Retrieved April 01, 2020, from bdnews24.com: <https://opinion.bdnews24.com/bangla/archives/7321>

মামুন, আ-আ. (৮ ডিসেম্বর ২০২১). (বাংলাদেশে প্রসারমান মিডিয়া সংস্কৃতি. ঢাকা : মিডিয়াওয়াচ. Retrieved from <https://www.operbangla.com/mediawatch/article/1007/বাংলাদেশে-প্রসারমান-মিডিয়া-সংস্কৃতি>

মোস্তুফা, স .ম. (২০১৯, মার্চ ০৮). (জনমত, উন্নয়ন ও গণতন্ত্র. Retrieved from <http://www.dailynayadiganta.com/sub-editorial/393806/>

হাবীব, দ .ম. (২০১৯, আগস্ট ১০). (জনমত বিনির্মাণ :গণমাধ্যম প্রেক্ষিত. Retrieved মার্চ ২২, ২০২১, from www.marketbusinessnews.com: <http://ahsan-habib.com/2019/08/10/opinion/>

পরিশিষ্ট

পরিশিষ্ট: ০১. গবেষণা প্রশ্নমালা

গবেষণা শিরোনাম: জনমত গঠনে ইলেক্ট্রিক মিডিয়া, বাংলাদেশের জীবন ব্যবস্থায় সমস্যা ও সমাধান

(Electronic Media in Building Public Opinion: Influence on Life System of Bangladesh)

ঘোষণা: জনমত গঠনে ইলেক্ট্রিক মিডিয়া, বাংলাদেশের জীবন ব্যবস্থায় সমস্যা ও সমাধান শীর্ষক গবেষণা কর্মটি এম.ফিল গবেষণার অংশ হিসেবে পরিচালিত হচ্ছে। এই গবেষণায় প্রদত্ত উত্তরদাতাগণের তথ্যসমূহ শুধুমাত্র গবেষণার কাজে ব্যবহার করা হবে এবং সম্পূর্ণ গোপন রাখা হবে। অতএব, গবেষণাটি ফলপ্রসূ করার লক্ষ্যে জরীপে অংশগ্রহণ করে তথ্য সংগ্রহে সহযোগীতা করার জন্য বিনীত অনুরোধ জানাচ্ছি।

তত্ত্বাবধায়ক
গিয়াস উদ্দিন মোল্লা
রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগ
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়,
ঢাকা
মোবাইল নং-
০১৭১৫৪৪০৫২০

মোঃ শহিদুল ইসলাম
এম.ফিল গবেষক
রাষ্ট্রবিজ্ঞান বিভাগ
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়, ঢাকা
মোবাইল নং-০১৭১৬২৭৫২৩২

ক্রমিক নং	তথ্য প্রদানকারীর ব্যক্তিগত তথ্য		
০	নাম		
০.১	বয়স		
০.২	পেশা		
০.৩	মোবাইল নং		
প্রশ্নমালা			
ক্রমিক নং	প্রশ্ন	উত্তর	কোড
১	আপনি কি ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন? (টেলিভিশন, ফেইসবুক, রেডিও, ইউটিউব,	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	

	সংবাদপত্রের অনলাইন ভার্সন ইত্যাদি)		
২	উত্তর হ্যা হলে, কোন ধরনের ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন?	<input type="checkbox"/> টেলিভিশন <input type="checkbox"/> ফেইসবুক <input type="checkbox"/> রেডিও <input type="checkbox"/> ইউটিউব <input type="checkbox"/> সংবাদপত্রের অনলাইন ভার্সন <input type="checkbox"/> অন্যান্য:	
৩	আপনি কোন ধরনের তথ্যের উৎস হিসেবে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন?	<input type="checkbox"/> সংবাদ <input type="checkbox"/> নাটক/সিরিয়াল <input type="checkbox"/> সময় কাটানো <input type="checkbox"/> বিনোদন <input type="checkbox"/> গেইমস খেলা <input type="checkbox"/> কেনাকাটা <input type="checkbox"/> অন্যান্য:	
৪	আপনি দৈনিক কতক্ষণ ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া ব্যবহার করেন?		
৫	ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় জাতীয় মূল্যবোধ বিকাশে ভূমিকা পালন করে কি?	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	
৬	উত্তর হ্যা হলে কি ধরনের ভূমিকা পালন করে?		
৭	ইতিবাচক ভূমিকাগুলি কি কি		
৮	নেতিবাচক ভূমিকাগুলি কি কি		
৯	টেলিভিশন চ্যানেলগুলিতে প্রচারিত সংবাদ জনমতকে প্রভাবিত করে কি?	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	

১০	ফেসবুকে প্রচারিত সংবাদ বা ইউটিউবে প্রচারিত ভিডিও জনমতকে প্রভাবিত করে?	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	
১১	রেডিও চ্যানেলগুলিতে প্রচারিত সংবাদ জনমতকে কতটুকু প্রভাবিত করে?	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	
১২	বাংলাদেশের রাজনৈতিক সংস্কৃতির বিকাশে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার কি কোন ভূমিকা পালন করে?	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	
১৩	আপনি কি মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া উপভোগের ফলে মানুষের রাজনৈতিক আচরণগত কোন পরিবর্তন হচ্ছে?	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	
১৪	উত্তর হ্যা হলে, কি ধরনের পরিবর্তন হচ্ছে বলে আপনি মনে করেন?		
১৫	উত্তর না হলে, ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া মানুষের রাজনৈতিক আচরণকে প্রভাবিত করতে না পারার কারণ কি?		
১৬	আপনি কি মনে করেন ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া উপভোগের ফলে রাজনৈতিক দলের প্রতি মানুষের আস্থার কোন পরিবর্তন হচ্ছে?	<input type="checkbox"/> হ্যাঁ <input type="checkbox"/> না	
১৭	উত্তর হ্যা হলে, কি ধরনের আস্থার পরিবর্তন লক্ষ্য করা যায়?		
১৮	উত্তর না হলে, কি কি করনে আস্থার কোন পরিবর্তন হয় না?		
১৯	গুজব সৃষ্টিতে ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার কোন কোন মাধ্যমগুলি বেশি দায়ি?	<input type="checkbox"/> টেলিভিশন <input type="checkbox"/> ফেইসবুক <input type="checkbox"/> রেডিও <input type="checkbox"/> ইউটিউব <input type="checkbox"/> সংবাদপত্রের অনলাইন ভার্সন <input type="checkbox"/> অন্যান্য:	

২০	আপনি ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় কি ধরনের সম্প্রচারসমূহ বেশি উপভোগ করেন?	<input type="checkbox"/> সংবাদ <input type="checkbox"/> নাটক/সিরিয়েল <input type="checkbox"/> বিনোদন <input type="checkbox"/> গেইমস খেলা <input type="checkbox"/> ধর্মীয় বক্তব্য <input type="checkbox"/> কেনাকাটা <input type="checkbox"/> অন্যান্য:	
২১	ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায়, সম্প্রতি দেখা আপনার কাছে গ্রহণযোগ্য কয়েকটি সংবাদ বা অনুষ্ঠানের নাম বলুন।		
২২	ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় প্রচারিত অনুষ্ঠানগুলি সমাজে কি ধরনের ভূমিকা রাখে?	<input type="checkbox"/> সচেতনতা সৃষ্টি <input type="checkbox"/> ধর্মীয় বিদ্বেষ <input type="checkbox"/> বিশৃঙ্খলতা সৃষ্টি <input type="checkbox"/> অন্যান্য:	
২৩	সচেতনতা সৃষ্টি/ ধর্মীয় বিদ্বেষ/ সামাজিক বিশৃঙ্খলতা সৃষ্টির জন্য দায়ী ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় সম্প্রচারিত কয়েকটি অনুষ্ঠান বা ফিচারের নাম বলুন		

তথ্য সংগ্রহকারীর স্বাক্ষর ও তারিখ