BJMC -1
Block - 4

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର
Odisha State Open University
Sambalpur

ସ୍ନାତକ କଳା (ସମ୍ମାନ) କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ
ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ

ସାମ୍ବାଦିକତାର ପରିଚୟ

ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର, ଓଡ଼ିଶା
Odisha State Open University, Sambalpur, Odisha
Established by an Act of Government of Odisha.

ସ୍ନାତକ କଳା (ସମ୍ମାନ) କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ (BJMC)

ପାଠ୍ୟକ୍ରମ - ୧
ସାମ୍ବାଦିକତାର ପରିଚୟ

ବ୍ଲକ୍

୪ ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା

ପ୍ରଥମ ଏକକ
ସମାଜ ପ୍ରତି ଦାୟିତ୍ୱବୋଧ, ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଗଣତନ୍ତ୍ର

ଦ୍ୱିତୀୟ ଏକକ
ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସମସାମୟିକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ବିତର୍କ

ତୃତୀୟ ଏକକ
ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନୈତିକତା

ଚତୁର୍ଥ ଏକକ
ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

ବି.ଏ. (ସମ୍ମାନ) ଶ୍ରେଣୀ ନିମନ୍ତେ ୟୁଜିସି ଦ୍ୱାରା ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ପାଠ୍ୟକ୍ରମ ଅନୁସରଣରେ ଏହା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଛି।
ଚଏସ୍ ବେସ୍‌ଡ କ୍ରେଡିଟ୍ ସିଷ୍ଟମ (ସିବିସିଏସ୍) ଅଧିନରେ ସାମ୍ବାଦିକତା।

ପାଠ୍ୟକ୍ରମ : ୧

ବ୍ଲକ୍ : ୪

ପ୍ରଥମ ସଂସ୍କରଣ : ୨୦୨୦

ଲେଖକ : **ସାମନ୍ତ ବିଶ୍ୱଭୂଷଣ ଧିର**
ଶୈକ୍ଷିକ ପରାମର୍ଶଦାତା, ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ
ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର।

ଅଶ୍ୱିନୀ ଖାମ୍ବଲେ
ସହକାରୀ ପ୍ରଧାପକ, ଆଇ.ଆଇ.ଏମ୍.ସି., ଅମରାବତୀ।

ସମୀକ୍ଷକ : ଡକ୍ଟର ଆଶିଶ୍ କୁମାର ଦ୍ୱିବେଦୀ
ବରିଷ୍ଠ ଶୈକ୍ଷିକ ପରାମର୍ଶଦାତା, ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ
ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର।

ଓଡ଼ିଆ ଅନୁବାଦକ : ସୌଭାଗ୍ୟ ସୁନ୍ଦରାୟ
ବରିଷ୍ଠ ସାମ୍ବାଦିକ, ଭୁବନେଶ୍ୱର।

ଓଡ଼ିଆ ସମୀକ୍ଷକ : ସୁଭାସ୍ ଶଥପତି
ବରିଷ୍ଠ ସାମ୍ବାଦିକ, ଭୁବନେଶ୍ୱର।

ଅଳଙ୍କରଣ : ଲିପିନା ସାହୁ, ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର।

ପ୍ରକାଶକ

ଡକ୍ଟର ମାନସ ରଞ୍ଜନ ପୂଜାରୀ

କୁଳସଚିବ

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ

© OSOU, 2020. "**ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା**" is made available under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0http : creative commons.org/ licences/by-sa/4.0

ପ୍ରଥମ ଏକକ : ସମାଜ ପ୍ରତି ଦାୟିତ୍ୱବୋଧ, ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଗଣତନ୍ତ୍ର

ବିଷୟ ଗଠନ :

୧.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୧.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା
୧.୩ ଗଣତନ୍ତ୍ର ଓ ମୁକ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମ
୧.୪ ହେବରମାସ୍ ଓ ସାଧାରଣ କ୍ଷେତ୍ର ତତ୍ତ୍ୱ
୧.୫ ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ଯୁଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ
୧.୬ ବିଶ୍ୱାୟନ ଓ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଜୟଯାତ୍ରା
୧.୭ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଓ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସୁଯୋଗ
୧.୮ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୧.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ୟୁନିଟ ସମାପ୍ତ ପରେ ଜଣେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବିଷୟ ସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହୋଇପାରିବେ

- ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ମୁକ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା
- ବିଶ୍ୱାୟନ ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟଧାରାରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ
- ସଚେତନ ନାଗରିକ ସମାଜ ସହଯୋଗରେ ସୁସ୍ଥ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା

୧.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା

ମୋଟାମୋଟି ଭାବେ ଏକ ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ରହିଛି। ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଗଣତନ୍ତ୍ରର ଚତୁର୍ଥ ସ୍ତମ୍ଭ ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ। ଗଣତନ୍ତ୍ର ହେଉଛି ଜନତାଙ୍କର, ଜନତାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା, ଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ସରକାର। ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଆଦର୍ଶକୁ ଫଳପ୍ରଦ କରିବା ନିମନ୍ତେ ଜନତା ସର୍ବଦା ସଚେତନ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏ ଦାୟିତ୍ୱ ଗଣମାଧ୍ୟମ ହିଁ ତୁଲାଇଥାଏ। ଏବେ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠେ ଆମ ପରି ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ସମାଜରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କେତେ ଦୂର ନିଜର ଭୂମିକା ତୁଲାଇବାରେ ସଫଳ ହୋଇପାରିଛି। କେତେକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଫଳତା ନେଇ ଯେଉଁ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠିଛି ସେଥିପ୍ରତି ନଜର ଦିଆଯିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି। ଏକ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବାସ୍ତବରେ ରାଷ୍ଟ୍ରର ନାଗରିକଙ୍କ ହିତ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ। ତେଣୁ ନିଜ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କଠୋର ନୈତିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ପାଳନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ।

୧.୩ ଗଣତନ୍ତ୍ର ଓ ମୁକ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ସରକାରଙ୍କ ବିଭିନ୍ନ ମୁକ୍ତ ସଂସ୍ଥା ମଧ୍ୟରେ କ୍ଷମତାର ବିକେନ୍ଦ୍ରୀକରଣ ଗଣତନ୍ତ୍ରର ମୂଳ ତତ୍ତ୍ୱ ଅଟେ । ଏ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ବିଧିପାଳିକା, ନ୍ୟାୟପାଳିକା ଓ କାର୍ଯ୍ୟପାଳିକା। ବିଧିପାଳିକା ଆଇନ ପ୍ରଣୟନ କରିଥାଏ। ନ୍ୟାୟପାଳିକା ଆଇନର ତର୍ଜମା କରି ପ୍ରୟୋଗ କରିଥାଏ। କାର୍ଯ୍ୟପାଳିକା ପ୍ରଶାସନ ଚଳାଇଥାଏ। ଅତୀତରେ ସମାଜ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଅପେକ୍ଷାକୃତ ସୀମିତ ଥିଲା। ଫଳରେ ବିଚାର ଓ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଗ୍ରହଣ ପ୍ରକ୍ରିୟା ମୁହାଁମୁହିଁ ଆଲୋଚନା ବା ହାତଲେଖା ବାର୍ତ୍ତା ଜରିଆରେ ହୋଇ ପାରୁଥିଲା। ଜନସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି ସହ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ଜନତା ଭାଗିଦାରୀ ହେଲେ। ଏଥିପାଇଁ ମାଧ୍ୟମର ଆବଶ୍ୟକ ପଡ଼ିଲା। ଏପ୍ରକାର ମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି ବର୍ତ୍ତମାନ ଯୋଗାଯୋଗ ବ୍ୟବସ୍ଥା । ସମ୍ବାଦପତ୍ର ହେଉଛି ସର୍ବପ୍ରାଚୀନ ଗଣମାଧ୍ୟମ । ଏହାପରେ ରେଡ଼ିଓ ଓ ଟେଲିଭିଜନର ଆଗମନ। ଏବେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ପ୍ରଚଳନ।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗଣତନ୍ତ୍ର ପାଇଁ ସତର୍କ ପ୍ରହାରୀ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ। ଦୁର୍ନୀତି ଓ ମାତ୍ରାଧିକ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପକୁ ଏହା ଉନ୍ମୋଚିତ କରିଥାଏ। କ୍ଷମତାରେ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷଙ୍କୁ ଏହା ଉତ୍ତରଦାୟୀ କରାଇଥାଏ। ଏହି କାରଣରୁ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଗଣତନ୍ତ୍ରର ଚତୁର୍ଥ ସ୍ତମ୍ଭ ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ। ଏହା ଗଣତନ୍ତ୍ରର ଅନ୍ୟ ତିନି ଶାଖା ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ରଖିବା ସହ ସନ୍ତୁଳନ ରକ୍ଷା କରିଥାଏ। ନିଜର ମୌଳିକ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଭାବେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ।

ସଚେତନ ଭୋଟରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଏକ ସୁସ୍ଥ ଗଣତନ୍ତ୍ର ତିଷ୍ଠି ରହିଥାଏ। ଏଥିପାଇଁ ଭୋଟରମାନେ ଆବଶ୍ୟକ ଭାବେ ସୂଚିତ ହେବା ଉଚିତ୍। ସୂଚନା ଓ ଖବରର ଏକ ମୌଳିକ ଉତ୍ସ ଭାବେ ଆବାହମାନ ସମୟରୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ବିଶ୍ୱସନୀୟ ଅନୁଷ୍ଠାନ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଆସୁଛି। ଜନସଂଖ୍ୟାର ପରିବ୍ୟାପ୍ତି ଯୋଗୁଁ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବେ ସାମିଲ ହେବା ପ୍ରତି ନାଗରିକଙ୍କ ପକ୍ଷେ ଏବେ ଆଉ ସମ୍ଭବ ନୁହେଁ। ଏଥିଯୋଗୁଁ ପ୍ରତିନିଧିମୂଳକ ଗଣତନ୍ତ୍ର ବ୍ୟବସ୍ଥା ପ୍ରଚଳିତ ହେଲା। ଏଥିରେ ନାଗରିକଙ୍କ ପକ୍ଷରୁ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧି ମତବ୍ୟକ୍ତ କରିବେ ବା କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାର ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଲା। ଏପ୍ରକାର ପରିବେଶରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ସ୍ୱର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇଥାଏ। ଏହା ଜନତାଙ୍କ ମତ କ୍ଷମତାସୀନଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚାଇଥାଏ।

ସବୁ କହିଦିଆଯାଏ, କିନ୍ତୁ କାର୍ଯ୍ୟାବଳୀ କଣ ରୁହେ ତାହା ଅନୁଧ୍ୟାନର ବିଷୟ। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ମତ ଉପସ୍ଥାପନାକୁ ନେଇ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠେ। କାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଜନତାଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧି ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ। ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠେ ଏପରି ଅନେକ କିଛି ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ବିଷୟ ରହିଯାଉଛି ଯାହା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯିବାର ଅପେକ୍ଷା ରଖେ।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦିନକୁ ଦିନ ବ୍ୟବସାୟିକ ହୋଇପଡୁଥିବାରୁ ସୂଚନା ଓ ଖବରର ମାନ ନେଇ ମଧ୍ୟ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠୁଛି। ସୂଚନା ସହ ସାଲିସ ନେଇ ମଧ୍ୟ ସନ୍ଦେହ ସୃଷ୍ଟି ହେଉଛି। ନିଜ ଗ୍ରାହକ ଧରି ରଖିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମନୋରଞ୍ଜନ କ୍ଷେତ୍ର ପ୍ରତି ଅଧିକ ଦୃଷ୍ଟି ଦେଉଛି। ଏକ ଯୁକ୍ତି ଯୁକ୍ତ ବିଷୟ ଅପେକ୍ଷା ମନୋରଞ୍ଜନ ପ୍ରତି ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଦୁର୍ବଳତା ଅଧିକ। ସାଧାରଣ ନାଗରିକଙ୍କ ଭୂମିକା ସଂପ୍ରତି ନିଷ୍କ୍ରିୟ ଦର୍ଶକରେ ପରିଣତ ହୋଇଥିବା ମଧ୍ୟ ଉଦ୍‌ବେଗର ବିଷୟ। ଏମାନଙ୍କ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଅଧିକାର କେବଳ ଭୋଟ ଦାନରେ ସୀମିତ ରହିଯାଉଛି।

୧.୪ ହେବରମାସ୍ ଓ ସାଧାରଣ କ୍ଷେତ୍ର ତତ୍ତ୍ୱ

ପୁରାତନ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ତତ୍ତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ସୂଚନା ଓ ବିଚାରଧାରା ଯୋଗାଇବା ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟର ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଦାୟିତ୍ୱ । ଏଥିସହ ଏକ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଚେତନା ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଜନ ସମସ୍ୟା ସଂପର୍କରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିତର୍କ ସୃଷ୍ଟି କରାଇଥାଏ । ମାତ୍ରାଧିକ କ୍ଷମତାର ଗତିରୋଧ କରିବା ହେଉଛି ଗଣମାଧ୍ୟମର ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ କାର୍ଯ୍ୟ । ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ପ୍ରମୁଖ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସଂପର୍କରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କୁ ଅବଗତ କରାଇଥାଏ । ଏହାଦ୍ୱାରା ସଚେତନତାର ସହ ଜନତା ସାଧାରଣ ଜୀବନରେ ଭାଗୀଦାର ହୋଇଥାନ୍ତି । ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ସମାଜ ପାଇଁ ଏକ ମୁକ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ । ସ୍ୱାଧୀନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗଣତନ୍ତ୍ରର ରକ୍ଷାକର୍ତ୍ତା । ମୁକ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ନେଇ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ସମାଜ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ପାଇଥାଏ । ଆଜ୍ଞାନୁବର୍ତ୍ତି ସମାଜ ବ୍ୟବସ୍ଥା ବଦଳରେ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଦୃଢ଼ୀଭୂତ ହୋଇଥାଏ ।

ସ୍ୱାଧୀନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଚାରଧାରା ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ପ୍ରଯୁଜ୍ୟ । ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପରେ ମଧ୍ୟ ଅନେକ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଦାୟିତ୍ୱ ରହିଛି । ବ୍ରିଟେନ ପରି ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଜନସେବା ପ୍ରସାରଣ ମଡ଼େଲର ବିକାଶ କରାଯାଇଛି । ଏଥିରେ ରେଡ଼ିଓ ଓ ଟେଲିଭିଜନକୁ ସର୍ବସାଧାରଣ କ୍ଷେତ୍ର ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ । ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ପ୍ରସାରଣର ଘରୋଇ ଶିଳ୍ପ ମଡ଼େଲ ବିକାଶ କରାଯାଇଛି । ଏଥିପାଇଁ ଫେଡ଼େରାଲ କମ୍ୟୁନିକେସନ ଆଇନ- ୧୯୩୪ ରହିଛି । ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ବିଭିନ୍ନ ଆଇନ ଓ ଅଦାଲତ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଜରିଆରେ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମର ମୌଳିକ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ବୋଲି ବିବେଚନା କରାଯାଇଛି ।

ପାଶ୍ଚାତ୍ୟ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଚିନ୍ତାଧାରା ଅନୁଯାୟୀ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ସର୍ବସାଧାରଣ ସେବା ସଂସ୍ଥା ଭାବେ ବିଚାର କରାଯାଇଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ ଯେଉଁ ସରକାରୀ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଛି ତାହା ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଦାୟିତ୍ୱ ତୁଲାଇବା ନିମନ୍ତେ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଭରସା ଦେବା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ।

୧.୫ ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ଯୁଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ଇଂଲଣ୍ଡରେ ଥାଚର ଓ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସରକାର, ଆମେରିକାରେ ରିଗାନ ପ୍ରଶାସନ ଓ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସରକାର ଦ୍ୱାରା ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ଯୁଗର ଆୟ ଆରମ୍ଭ ଯୋଗୁଁ ପ୍ରସାରଣ କ୍ଷେତ୍ରରୁ କେତେକ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ବ୍ୟବସ୍ଥା ହଟାଇ ଦିଆଗଲା । ଫଳରେ ପ୍ରମୁଖ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ବଡ଼ କର୍ପୋରେଟ ସଂସ୍ଥା ନିୟନ୍ତ୍ରଣକୁ ଚାଲିଗଲା ବା ଅଧିକ କ୍ଷମତାଶଳୀ ହୋଇପଡ଼ିଲେ । ୧୯୭୦ ମସିହାର ଶେଷ ଭାଗରୁ ଥାଚର ପ୍ରଶାସନ ଦ୍ୱାରା ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ କ୍ରମଶଃ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ରାଷ୍ଟ୍ର ଆପଣେଇବାକୁ ଲାଗିଲେ । ଏହାଫଳରେ ଘରୋଇ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ବୃଦ୍ଧି ଘଟିଲା, ଯେଉଁମାନେ ମୁଖ୍ୟତଃ ସରକାରୀ ପରିଚାଳିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା କଲେ । ଏହି ସମୟରେ ସରକାରୀ ପରିଚାଳିତ ଜନସେବା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦୁର୍ବଳ ହୋଇଗଲା । ଫଳରେ ଏକ ବଜାର ମଡ଼େଲ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଉତ୍ପତି ଘଟିଲା ।

୧୯୯୦ ଦଶନ୍ଧିର ବିଶ୍ୱାୟନ ଯୁଗ ଓ ପରବର୍ତ୍ତୀ ନୂଆ ଶତାବ୍ଦୀରେ ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମର ବଜାର ମଡ଼େଲ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱକୁ ବ୍ୟାପି ଯାଇ ନିଜର ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ବିସ୍ତାର କରିଥିଲା। ଏହି ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାରେ ଏକାଧିକ ମିଶ୍ରଣ ଓ ଅଧିଗ୍ରହଣ ଆଦି ଘଟିଲା। ଫଳରେ ସୀମିତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ନିୟନ୍ତ୍ରଣକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଚାଲିଗଲା। ଏହି ସମୟରେ ଭାରତରେ ମଧ୍ୟ ଅନୁରୂପ ଧାରା ପରିଲକ୍ଷିତ ହୋଇଥିଲା। ଉଦାରୀକରଣ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ଦେଶରେ ଅନେକ ଘରୋଇ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଚ୍ୟାନେଲର ଆବିର୍ଭାବ ଘଟିଥିଲା। ନବ୍ୟ ଘରୋଇ ଚ୍ୟାନେଲ ପୂର୍ବରୁ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ବିସ୍ତାର କରିଥିବା ଦୂରଦର୍ଶନ ଓ ଆକାଶବାଣୀ ପରି ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦୁନିଆଠାରୁ ଭିନ୍ନ ହେଲେ।

ବ୍ୟବସାୟିକ ମଡ଼େଲରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜକୁ ସଂଗଠିତ କରିବା ପରଠାରୁ ବ୍ୟବସାୟିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା ସୃଷ୍ଟି ହେଲା। ଫଳରେ ଖବର ବଦଳରେ ମନୋରଞ୍ଜନର ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ପାଇଲା। ଗଣତନ୍ତ୍ର ସୁରକ୍ଷା ଓ ଜନ ସଚେତନତା ଅପେକ୍ଷା ଲାଭ ଓ ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟକର ଖବର ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଗଲା। ଏହି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ଟାବଲଏଡ଼ୀକରଣ ଘଟିଲା।

ବିଗତ ଦଶନ୍ଧିରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ଓ ଗଣତନ୍ତ୍ର ପାଇଁ ବଜାର ମଡ଼େଲର ସଫଳତା ପରିଣାମକୁ ନେଇ ଅନେକ ବୁଦ୍ଧିଜୀବୀ ସମାଲୋଚନା କରିଆସିଛନ୍ତି। କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜ ସ୍ୱାର୍ଥ ଓ ଖସଡ଼ାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରାଇବା ଦ୍ୱାରା ସେମାନେ ଜନତାଙ୍କୁ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିବା ଭଳି ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଦାୟିତ୍ୱବୋଧ ତୁଲାଇବାରୁ ଦୂରେଇ ଯିବେ। ଏହି କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ନିଜସ୍ୱ ଯୋଗାଯୋଗ ଓ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନକାରୀ ମାଧ୍ୟମକୁ ନିଜ ସଂସ୍ଥାର ସ୍ୱାର୍ଥ, ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଉପଯୋଗ କରିବାର ସମ୍ଭାବନା ରହିଛି। ନିଜକୁ ସୁହାଉଥିବା ରାଜନେତା ଓ ନୀତି ପ୍ରତି ଅନୁକଂପାଶୀଳ ରହିବାର ଆଶଙ୍କା ରଖିଛନ୍ତି। ଏହା କ୍ଷେତ୍ରରେ ମୋଟାମୋଟି ଭାବେ କହିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଯେ, ଜନସାଧାରଣ ଓ ସମାଜର ସେବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପରେ ଯେଉଁ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଦାୟିତ୍ୱ ନ୍ୟସ୍ତ କରାଯାଇଛି ତାହା ସୂଚାରୁ ଭାବେ ସେମାନେ ତୁଲାଉ ନାହାଁନ୍ତି। ହେବରମାସ୍‌ଙ୍କ ଏଥିନେଇ ବକ୍ତବ୍ୟ ରହିଛି। ଜର୍ଜେନ୍ ହେବରମାସଙ୍କ ଅନୁଯାୟୀ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ସରକାରୀ ସଂସ୍ଥା ଦ୍ୱାରା ଉଦାରବାଦୀ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ର ନଷ୍ଟ ହେଲା। ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ପୁଞ୍ଜିବାଦୀ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ କର୍ପୋରେଟ ନିୟନ୍ତ୍ରଣକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଚାଲିଗଲା।

ହେବରମାସ୍‌ଙ୍କ ମତରେ ସଚେତନତା ଓ ଅଷ୍ଟାଦଶ ଶତାବ୍ଦୀର ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବିପ୍ଳବ ସମୟରେ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଉତ୍ଥାନ ଘଟିଥିଲା। ଏହି ସମୟରେ ବ୍ୟକ୍ତିଟିଏ ସର୍ବସାଧାରଣ ସମସ୍ୟାକୁ ନେଇ ବିତର୍କ ଓ ଆଲୋଚନା କରିପାରୁଥିଲା। ନିଜର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଅନୁଧ୍ୟାନ ଦି ଷ୍ଟ୍ରକଚରାଲ ଟ୍ରାନ୍‌ସଫରମେସନ ଅଫ ପବ୍ଲିକ ସ୍ଫିୟର (୧୯୮୯)ରେ ପୁଞ୍ଜିବାଦର ବୃଦ୍ଧି ସହ ସମସାମୟିକ ଯୁଗରେ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ରର ଗାଠନିକ ରୂପାନ୍ତରଣ ସଂପର୍କରେ ହେବରମାସ୍ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରିଛନ୍ତି।

ପୁଞ୍ଜିବାଦ ବୃଦ୍ଧି ସହ ସଂସ୍କୃତି, ଶିକ୍ଷ , ସଂସ୍ଥାର ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଆର୍ଥିକ ସ୍ଥିତି, ସାର୍ବଜନୀନ ଜୀବନରେ ବୃହତ୍ତ ବ୍ୟବସାୟ ଆଦିର ଗାଠନିକ ପରିବର୍ତ୍ତନ ସଂପର୍କରେ ସେ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରିଛନ୍ତି। ଉପରୋକ୍ତ କାରଣରୁ ବୃହତ୍ତମ ଅର୍ଥନୈତିକ ଶକ୍ତି ଏବଂ ସରକାରୀ ସଂସ୍ଥା ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ର ଦଖଲ କରିନେଲେ। ନାଗରିକଗଣ ବସ୍ତୁତଃ ଦ୍ରବ୍ୟ, ସେବା ଓ ରାଜନୈତିକ ପ୍ରଶାସନର ଉପଭୋକ୍ତାରେ ପରିଣତ ହୋଇଗଲେ।

ପୁରାତନ ଉଦାରବାଦୀ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ର ହେଉଛି ଏପରି ଏକ ସ୍ଥଳ ଯେଉଁଠି ରାଷ୍ଟ୍ର ବା ସାଂପ୍ରତିକ ସମାଜ ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ସମାଲୋଚନା କରାଯାଇପାରେ। ଅଷ୍ଟାଦଶ ଶତାବ୍ଦୀର ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ର ମଧ୍ୟରେ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ପତ୍ରିକା, ସରକାରୀ ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ସ୍ୱାଧୀନ ଗଣମାଧ୍ୟମ, କଫି ହାଉସ ଆଦି ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ। କଫି ହାଉସରେ ଜନସାଧାରଣ ବସି ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପାଠ କରିପାରନ୍ତି ଏବଂ ରାଜନୈତିକ ଆଲୋଚନାରେ ମଧ୍ୟ ଲିପ୍ତ ରହିପାରନ୍ତି। ରାଜନୈତିକ ଭାଷଣ ଓ ବିତର୍କ ପାଇଁ ଜନସାଧାରଣ ସଭା ସ୍ଥଳରେ ଏକତ୍ରିତ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଊନବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀ ବେଳକୁ ସଂଗଠନ ଗୃହ ଓ ବୈଠକ ସ୍ଥଳୀ ଆଦିରୁ ଶ୍ରମିକ ଶ୍ରେଣୀ ନିଜସ୍ୱ କ୍ଷେତ୍ର ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେଲେ। ଏହି ସମୟରେ ଶ୍ରମିକ ଶ୍ରେଣୀ ସଂସ୍କୃତିର ସୂତ୍ରପାତ ଘଟିଥିଲା।

ଆମେରିକା ଓ ଫ୍ରାନ୍ସ ବିପ୍ଳବ ଏବଂ ଚେତନଯୁକ୍ତ ଉଦାରବାଦୀ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ରର ଉତ୍ପତି ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ରର ପରିବର୍ତ୍ତନ ସଂପର୍କରେ ହେବରମାସ୍ ବର୍ଣ୍ଣନା କରିଛନ୍ତି। ଏଳି ପରିବର୍ତ୍ତିତ ସ୍ଥିତିରେ ପ୍ରଚାର ନିଜର ସୂକ୍ଷ୍ମ କାର୍ଯ୍ୟଧାରାକୁ ହରାଇ ବସିଲା (୧୯୮୯: ୨୦୬) ବୋଲି ହେବରମାସ୍ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି।

ହେବରମାସ୍ଙ୍କ ମତରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟଧାରାରେ ମଧ୍ୟ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଦେଖାଦେଲା। ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ରର ଯୁକ୍ତିଯୁକ୍ତ ଆଲୋଚନା ଓ ବିତର୍କକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ରୂପ ଦେଇ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ଦ୍ୱାରା ଅନୁମୋଦନ କରାଇବା ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଦାୟିତ୍ୱ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ହେଲା। ଏଭଳି ସ୍ଥିତିରେ ନାଗରିକଟିଏ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପସ୍ଥାପନାର କେବଳ ଜଣେ ଦର୍ଶକ ହୋଇ ରହିଯାଉଛି। ଖବର, ସୂଚନା ଓ ରାଜନୈତିକ ହେରାଫେରୀର ନାଗରିକ ବସ୍ତୁ ହୋଇଯାଉଛି।

୧.୬ ବିଶ୍ୱାୟନ ଓ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଜୟଯାତ୍ରା

ସାମାଜିକ ଆନ୍ଦୋଳନ, ସ୍ଥାନୀୟ ନାଗରିକ ସଂଗଠନ, ଉପସଂସ୍କୃତି ଓ ରାଜନୈତିକ ଗୋଷ୍ଠୀ ଦ୍ୱାରା ସାଂପ୍ରତିକ ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ମୁଦ୍ରିତ ଓ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ, କଂପ୍ୟୁଟର ତଥ୍ୟ ସୂଚନା, ୱେବ୍ସାଇଟ, ଇଣ୍ଟରନେଟ ଆଲୋଚନା ଗୋଷ୍ଠୀ ଆଦି ବ୍ୟବହୃତ ହେଉଛି। ବିଗତ ଦୁଇ ଦଶନ୍ଧିରେ ସୂଚନା ତଥା ଯୋଗଯୋଗର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବସ୍ତୁତଃ ଫକର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ'ରେ ପରିଣତ ହୋଇଛି। ପ୍ରଥମତଃ ଏଗୁଡ଼ିକ ଏନ୍ବିସି / ଆରସିଏ / ଜେନେରାଲ ଇଲେକ୍ଟ୍ରିକ , ମୁର୍ଦ୍ଦୋକ୍ ନ୍ୟୁଜ କର୍ପୋରେସନ, ବର୍ଟେଲସ୍ମ୍ୟାନ, ଏବିସି / ଡିସନୀ, ସୋନି, ଏଓଏଲ / ଟାଇମ ୱାର୍ଣ୍ଣର, ଜୀ ଆଦି ବୃହତ କଂପାନୀ ନିୟନ୍ତ୍ରଣାଧିନ। ଦ୍ୱିତୀୟତଃ ଏହି ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗୋଷ୍ଠୀ କର୍ପୋରେଟ ସଂସ୍ଥାର ମତ ପରିପ୍ରକାଶ କରିବା ସହ ନିଜ ସଂସ୍ଥା ଓ ସମର୍ଥକ ରାଜନେତାଙ୍କ ଯୋଜନା ଆଗେଇ ନେବାରେ ସହାୟତା କରିଥାନ୍ତି।

ବିଗତ ଦୁଇ ଦଶନ୍ଧି ମଧ୍ୟରେ ନୂଆ ସାମାଜିକ ଗୋଷ୍ଠୀ ବିନିମୟରେ ଶକ୍ତିଶାଳୀ କର୍ପୋରେଟ ଶକ୍ତି ଉଭୟ ରାଷ୍ଟ୍ର ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ନିୟନ୍ତଣ କରି ନିଜ ବ୍ୟବସାୟିକ ଯୋଜନାକୁ ଦ୍ରୁତ ଭାବେ ଆଗେଇ ନେଉଥିବା ପରିଲକ୍ଷିତ ହେଉଛି। ନୂଆ ଶତାବ୍ଦୀରେ ଆମେ ପ୍ରବେଶ କରିବା ସହ ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ବ୍ୟବସ୍ଥା, ଧନୀକଙ୍କ ପାଇଁ ଟିକସ ବିରତି, ସାମରିକ ଶକ୍ତି ବୃଦ୍ଧି, ସାମାଜିକ ଯୋଜନାର କାଟଛାଣ୍ଟ, ଶ୍ରେଣୀ ବିଭାଜନ ବୃଦ୍ଧି ଘଟଣା ବୃଦ୍ଧି ପାଉଥିବା ପରିଲକ୍ଷିତ

ହେଉଛି। ନୂଆ ଶତାବ୍ଦୀର ସୂର୍ଯ୍ୟୋଦୟ ସହ ଉଦାରୀକରଣ ସମାଜରେ କର୍ପୋରେଟ ଓ ସାମରିକ ଶକ୍ତି ବୃଦ୍ଧି ପାଉଛି। ଫଳରେ ବୃହତ୍ତର ଗୋଷ୍ଠୀ ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଅବସ୍ଥାରେ ବିପର୍ଯ୍ୟସ୍ତ ପରିସ୍ଥିତି ସୃଷ୍ଟି ହେଉଛି। ଏଠାରେ ଖାଉଟି ଚାହିଦା ପରିଚାଳନାରେ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରମୁଖ ଭୂମିକା ତୁଲାଉଛି। ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ରାଜନୈତିକ ଘଟଣା ପ୍ରତି ଜନମତ ସୃଷ୍ଟି କରୁଛି। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ବୃହତ ରାଜନୈତିକ ଓ ସାମାଜିକ ଶକ୍ତି ଭାବେ ଉଭା ହୋଇଥିବାରୁ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଯାଞ୍ଚ କରାଯିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଟେ। ଗଣତନ୍ତ୍ର ପ୍ରତି ସେମାନଙ୍କଠାରୁ ଥିବା ବିପଦର ତର୍ଜମା ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଏକ ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟା ଦୃଷ୍ଟିରେ ଦେଖାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ।

୧୯୮୦ ଓ ୧୯୯୦ ଦଶକରେ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକାରେ ଟେଲିଭିଜନ ନେଟୱର୍କଗୁଡ଼ିକର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ପ୍ରମୁଖ କ୍ଷେତ୍ର ଯଥା ସାଂସ୍କୃତିକ ଶିଳ୍ପ ଓ କର୍ପୋରେଟ ସଂସ୍ଥା ସହ ଏକତ୍ରୀକରଣ ଘଟିଲା। ସିବିଏସ୍ ଓ ୱେଷ୍ଟିଙ୍ଗହାଉସ, ଏମସିଏ ଓ ସିଗ୍ରାମ, ଟାଇମ ୱାର୍ଣ୍ଣର ଓ ଟର୍ଣ୍ଣର କମ୍ୟୁନିକେସନ ଆଦି ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରେ ମିଶ୍ରଣ ହେଲା। ଏହି ମିଶ୍ରଣ ଯୋଗୁଁ ଟିଭି, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ପତ୍ରିକା, ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ବହି, ସୂଚନା ତଥ୍ୟ, କଂପ୍ୟୁଟର ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ କର୍ପୋରେଟ ସଂସ୍ଥା ଜଡ଼ିତ ହୋଇଗଲେ। ଫଳରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ କଂପ୍ୟୁଟର ଭିତ୍ତିକ ମନୋରଞ୍ଜନ ତଥା ସୂଚନାର ସମିଶ୍ରଣ ଘଟି ନୂଆ ଇନ୍‌ଫୋଟେନମେଣ୍ଟ ସମାଜର ସୃଷ୍ଟି ହେଲା।

ୟୁରୋପରେ ମଧ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ବ୍ୟାପକ ମିଶ୍ରଣ ଘଟିଲା। ଫଳରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାମ୍ରାଜ୍ୟର ହ୍ରାସ ସହ ନୂଆ ସଂଗୋଷ୍ଠୀର ଉଦ୍ଭାବନ ଘଟିଲା। ଫ୍ରାନ୍ସର ଦକ୍ଷିଣପନ୍ଥୀ ରାଜନୈତିକ ନେତାଙ୍କ ନିୟନ୍ତ୍ରଣାଧିନ ଦାସଲ୍ଟ ଗ୍ରୁପର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ୱିକ୍‌ଲି ଏକ୍ସପ୍ରେସ ଓ ଅନ୍ୟ ୧୪ଟି ଗଣାମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ଅଧିଗ୍ରହଣ କରିଥିଲା। ଇଟାଲୀର ସିଲଭିଓ ବେର୍ଲୁସକନି ୩ଟି ପ୍ରମୁଖ ଘରୋଇ ଟେଲିଭିଜନ ଚ୍ୟାନେଲ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିଥାନ୍ତି। ପ୍ରଧାନମନ୍ତ୍ରୀ ଭାବେ ସେ ଏବେ ରାଷ୍ଟ୍ରର ସରକାରୀ ଟେଲିଭିଜନ ଚ୍ୟାନେଲ ମଧ୍ୟ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରୁଛନ୍ତି। ସ୍ପେନରେ ପ୍ରିସା କଂପାନୀ ପ୍ରମୁଖ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ପ୍ରକାଶନୀ ସହ ରେଡ଼ିଓ ଓ ଟେଲିଭିଜନ ନେଟୱର୍କ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରୁଛନ୍ତି।

ଏହି ସମିଶ୍ରଣ ଯୋଗୁଁ ଟିଭି, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ପତ୍ରିକା, ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ବହି, ସୂଚନା ତଥ୍ୟ, କଂପ୍ୟୁଟର ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ କର୍ପୋରେଟ ସଂସ୍ଥା ଜଡ଼ିତ ହେବାର ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି ହେଲା। ଫଳରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ, ମନୋରଞ୍ଜନ ଓ ସୂଚନାରେ କଂପ୍ୟୁଟର ସଂସ୍କୃତିର ଏକତ୍ରୀକରଣ ଘଟି ନୂଆ ମଲଟିମିଡ଼ିଆ ଇନ୍‌ଫୋଟେନମେଣ୍ଟ ସମାଜର ସୃଷ୍ଟି ହେଲା। ଟେଲିଯୋଗାଯୋଗ ଶିଳ୍ପରେ ମଧ୍ୟ ବ୍ୟାପକ ମିଶ୍ରଣ ଘଟିଲା। କେବୁଲ ଓ ଉପଗ୍ରହ ଶିଳ୍ପର ମଧ୍ୟ ମିଶ୍ରଣ ଘଟି ବୃହତ ମନୋରଞ୍ଜନ ଓ କର୍ପୋରେଟ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇପାରିଲା। ୨୦୦୩ ମସିହା ସୁଦ୍ଧା ଏଓଏଲ ଟାଇମ ୱାର୍ଣ୍ଣର, ଡିସନୀ- ଏବିସି, ଜେନେରାଲ ଇଲେକ୍ଟ୍ରିକ- ଏନ୍‌ବିସି, ଭାଏକମ୍ ସିବିଏସ୍, ନ୍ୟୁଜ କର୍ପୋରେସନ, ଭିଭିଏଣ୍ଡି, ସୋନି, ବର୍ଟଲ୍ସମ୍ୟାନ, ଏଟି ଏଣ୍ଡ ଟି ଓ ଲିବର୍ଟି ମିଡ଼ିଆ ସମେତ ୧୦ଟି ବୃହତ ବହୁରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ନିଗମ ବିଶ୍ୱର ଅଧିକାଂଶ ସୂଚନା ଓ ମନୋରଞ୍ଜନର ପ୍ରଯୋଜନା କଲେ। ଏହାର ଫଳ ସ୍ୱରୂପ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା ଓ ବିବିଧତାରେ ହ୍ରାସ ଦେଖାଗଲା। ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ସାମ୍ବାଦିକତା, ଟେଲିଭିଜନ, ରେଡ଼ିଓ, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ଅନ୍ୟ ସୂଚନା ଓ ମନୋରଞ୍ଜନ ମାଧ୍ୟମରେ ଅଧିକ କର୍ପୋରେଟ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଲା।

କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ, ଯୋଗଯୋଗ ଓ ସୂଚନା ଶିଳ୍ପ ବହୁଳ ପରିମାଣର ସେବା ଯୋଗାଣ ପାଇଁ ବ୍ୟସ୍ତ ବିବ୍ରତ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଏହି ସେବା ମଧ୍ୟରେ ବର୍ଦ୍ଧିତ ଇଣ୍ଟରନେଟ, ୱେୟାରଲେସ୍ ସେଲୁଲାର ଟେଲିଫୋନ, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଯୋଗାଯୋଗ ଉପକରଣ ଆଦି ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ। ଏହି ଉପକରଣ ଦ୍ୱାରା ଭିଡ଼ିଓ, ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର, ମନୋରଞ୍ଜନ, ସୂଚନା ଆଦି ସେବା ଚାହିଁବା ମାତ୍ରେ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇପାରିଥାଏ। ଏଥିସହ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ମାଧ୍ୟମରେ କିଣାବିକା,ଏପରି କି ଅଶ୍ଳୀଳ ଦୃଶ୍ୟାବଳୀ ଓ ଜୁଆ ଖେଳବାର ପଥ ସୁଗମ ହୋଇପାରିଥାଏ। ପରିଣାମ ସ୍ୱରୂପ ଏକାଧିକ ଇନ୍‌ଫୋଟେନମେଣ୍ଟର ସମିଶ୍ରଣ ଘଟି ସୂଚନା ପ୍ରଯୁକ୍ତି ଓ ମଲଟିମିଡ଼ିଆର ନୂଆ ସମନ୍ୱୟ ଘଟପାରିଛି। ଏ ପ୍ରକାର ସ୍ଥିତିରେ ଉଭୟ ମଧ୍ୟରେ ଭିନ୍ନତା ବାରି ନହୋଇ ନୂଆ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ସାମାଜିକ ଶକ୍ତିର ଅଭ୍ୟୁଦୟ ଘଟିଛି ।

ପ୍ରସାରଣ ବ୍ୟବସାୟର ସତ୍ତ୍ୱାଧିକାରୀ, ଲାଇସେନ୍‌ସ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଓ ବ୍ୟବସାୟିକ ପ୍ରଣାଳୀରେ ଥିବା ସମସ୍ତ ଢ଼ାଞ୍ଚାଗତ ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ୧୯୮୦ ଓ ୧୯୯୦ ଦଶକର ନବ୍ୟଉଦାର କଟକଣାମୁକ୍ତ ଯୋଜନାରେ ହଟାଇବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ କରାଯାଇଥିଲା। ଏହି ସମୟରେ ଜନସେବା ଆବଶ୍ୟକତା ଧାରା ଉଠାଇ ଦିଆଯାଇଥିଲା। ଏକାଧିକ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଓ ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଗରେ ଥିବା ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଉଠାଇ ଦିଆଯାଇଥିଲା। ଫଳରେ ଟେଲିଭିଜନ ନେଟୱର୍କକୁ ସୁଯୋଗ ମିଳି ଯାଇଥିଲା। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଅଧିକ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଦର୍ଶନ ପାଇଁ ପ୍ରାମାଣିକ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ଜନସେବା ସମ୍ବଳିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ କାଟ୍ କରାଗଲା। ବ୍ୟବସାୟିକ ଖେଳନାକୁ ନାଟକୀୟ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ପାଇଁ ଶିଶୁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଉପଯୋଗ କରାଗଲା। ବ୍ୟବସାୟିକ ଖେଳନା ବିଜ୍ଞାପନରେ ଶିଶୁମାନଙ୍କୁ ବା ସେମାନଙ୍କ ଲାଗି ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସାମିଲ କରାଯିବା ନିଷେଧ ଥିଲେ ମଧ୍ୟ ତାହା ଉଠାଇ ଦିଆଗଲା। ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟାପକ ବ୍ୟବସାୟକରଣ ଘଟିଲା।

ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନବ୍ୟଉଦାର ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଯୋଗୁଁ ସରକାର ଓ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂପର୍କର ସଂଜ୍ଞା ପୁନଃ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ ହେଲା। ଦଶନ୍ଧି ଧରି ଥିବା କଟକଣା ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ଓ ନୀତିକୁ ଅଳିଆଗଦାକୁ ଫିଙ୍ଗି ଦିଆଗଲା। ଏଥିଯୋଗୁଁ ବିଗତ ଦୁଇ ଦଶନ୍ଧି ଧରି ସମ୍ବାଦ, ପ୍ରାମାଣିକ ଚିତ୍ର, ଜନସେବା ସମ୍ବଳିତ ଖବର ପରିମାଣ ହ୍ରାସ ପାଇଲା। ତାରକା ଖଚିତ ମନୋରଞ୍ଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି କରାଯାଇ ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟକର ଧାରାର ପ୍ରଚଳନ ଜାରି ରହିଲା।

କଟକଣାମୁକ୍ତ ଫଳରେ ସମିଶ୍ରିତ ସଂସ୍ଥା ବେତାର କେନ୍ଦ୍ର ଅଧିଗ୍ରହଣ କଲେ ଏବଂ ରେଡ଼ିଓ ସମ୍ବାଦ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ହ୍ରାସ ଘଟାଇଲେ। ଫଳରେ ବାସ୍ତବ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସ୍ଥାନୀୟ ଖବର ପରିମାଣ ହ୍ରାସ ପାଇଲା। ଯେଉଁ ଅଞ୍ଚଳରେ ସ୍ଥାନୀୟ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଉପଲବ୍ଧ ନାହିଁ ସେଠାକାର ସଂପ୍ରଦାୟ ନିଜ ଅଞ୍ଚଳ ଖବର ଜାଣିବାରୁ ବଞ୍ଚିତ ହେଲେ। ପୂର୍ବରୁ ରେଡ଼ିଓ ହିଁ ଏହି ସଂପ୍ରଦାୟର ସ୍ୱର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହେଉଥିଲା। କର୍ପୋରେଟ ଗୋଷ୍ଠୀ ପକ୍ଷରୁ ସ୍ଥାନୀୟ ବେତାର କେନ୍ଦ୍ର ଅଧିଗ୍ରହଣ କରାଯିବା ଦ୍ୱାରା ସ୍ଥାନୀୟ ଖବର ଓ ଜନଜୀବନ ସମ୍ବାଦ ବହୁ ସମୟରେ ହ୍ରାସ କରାଗଲା। ଏପରିକି ବେଳେବେଳେ ଏହା ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଉଚ୍ଛେଦ କରି ଦିଆଗଲା। ୧୯୯୦ ଦଶକରୁ ନୂଆ ଶତାବ୍ଦୀକୁ ଗତି କରିବା ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ରେଡ଼ିଓର ବ୍ୟବସାୟକରଣ ତୀବ୍ର ହେଲା। କମ୍ ସଂଖ୍ୟକ ଫାର୍ମ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟାରେ ବେତାର କେନ୍ଦ୍ର କ୍ରୟ କରିବାକୁ ଲାଗିଲେ।

କଟକଣାମୁକ୍ତ ପ୍ରସାରଣର ପ୍ରଥମ ଦଶନ୍ଧିରେ ହୋଇଥିବା ଅନୁଧ୍ୟାନରୁ ଜଣାଯାଏ ଯେ, ଶିଶୁ ଟେଲିଭିଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଅହେତୁକ ଅବନ୍ନତି ଘଟିଲା। ବ୍ୟବସାୟିକ ବିରତି ପରିମାଣରେ ବୃଦ୍ଧି ଘଟିଲା। ସମ୍ବାଦ ଓ ସର୍ବସାଧାରଣ ବ୍ୟାପାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ବ୍ୟାପକ କାଟ୍ କରାଗଲା। ନେଟ୍‌ୱର୍କ ସଂସ୍ଥାରେ ଏକ ରକ୍ଷଣଶୀଳ କର୍ପୋରେଟ ପରିବେଶ ସୃଷ୍ଟି ହେଲା ଯଦ୍ୱାରା ମନରେ ଚାକିରୀ ହରାଇବାର ଭୟ ସୃଷ୍ଟି ହେଲା (କେଲନର, ୧୯୯୦)। ଏହି ସମୟରେ ଏକ ଚାପ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ଗୋଷ୍ଠୀ ନେଟ୍‌ୱର୍କ ଖବରକୁ ଠିକଣା ମାର୍ଗରେ ନେବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ କୌଶଳ ଉପଯୋଗ କରିଥିଲେ।

୧୯୯୧ ମସିହା ଉପସାଗରୀୟ ଯୁଦ୍ଧ ଓ ଆଫଗାନିସ୍ଥାନ ଯୁଦ୍ଧ ପରେ ସେପ୍ଟେମ୍ବର ୧୧ରେ ସନ୍ତ୍ରାସବାଦ ଆକ୍ରମଣ ହୋଇଥିଲା। ଏହି ସମୟରେ ଯୁଦ୍ଧ ଅଗ୍ରଗତି ସଂପର୍କିତ ଖବରରେ ବୁଶ ପ୍ରଶାସନ ଓ ପେଣ୍ଟାଗନର ମତାମତ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ପାଇଁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ପ୍ରସାରଣ ନେଟ୍‌ୱର୍କ ଗଭୀର ଚାପର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇଥିଲେ। ଉପସାଗରୀୟ ଯୁଦ୍ଧ- ୧ ଓ ଆଫଗାନିସ୍ଥାନ ଯୁଦ୍ଧ ସମୟରେ ଆମେରିକା ନୀତିକୁ ସମାଲୋଚନା କରୁଥିବା ବା ବେସାମରିକ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ମୃତାହତ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ନେଟ୍‌ୱର୍କ ବିରୋଧରେ ଜନମତ ସୃଷ୍ଟି ପାଇଁ ସଂଗଠିତ ଅଭିଯାନ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା। ଫଳ ସ୍ୱରୂପ ଯୁଦ୍ଧ ସମୟରେ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଆମେରିକା ସାମରିକ ବାହିନୀ ପାଇଁ ଉତ୍ସାହବର୍ଦ୍ଧକ ସାଜିଥିଲେ। ରାଷ୍ଟ୍ର ସପକ୍ଷରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରଚାରକ ହୋଇଥିଲେ। ଏହି ସମୟରେ ସରକାରୀ ବାବୁ ଓ କର୍ପୋରେଟ ସଂସ୍ଥାକୁ ସୁହାଇଲା ପରି ଯେ ଖବର ପରିବେଷଣ କରାଗଲା ତାହା ନୁହେଁ, ଆଲୋଚନା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ମଧ୍ୟ ସେମାନଙ୍କ ରକ୍ଷଣଶୀଳ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ବିସ୍ତାର କଲା।

ନୂଆ ଧାରାରେ ବିଗତ ୨୫ ବର୍ଷ ଧରି ସମ୍ବାଦ ଓ ଆଲୋଚନା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ବୃଦ୍ଧି ଘଟିଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ରାଜନୈତିକ ଆଲୋଚନା ମୁଖ୍ୟତଃ ରକ୍ଷଣଶୀଳ ହୋଇ ରହିଛି। ୧୯୮୦ ଦଶକର ରକ୍ଷଣଶୀଳ ଆଧିପତ୍ୟକୁ ଆମେରିକାର କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ରିଗାନ ପ୍ରଶାସନ ନିକଟରେ ନତ ମସ୍ତକ କରାଇବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥିଲା। ଏହି ଗଣମାଧ୍ୟମ ରିଗାନ ପ୍ରଶାସନର ନୀତିକୁ ସମାଲେଚନା କରିବାରେ ବିଫଳ ହୋଇଥିଲା। ଧନୀକ ଓ ନିଗମଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଟିକସ ବିରତି, କଟକଣାମୁକ୍ତ, ୟୁନିୟନ ଦମନ, ବ୍ୟାପକ ସାମରିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ବିଦେଶୀ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ହସ୍ତକ୍ଷେପ, ଅଯୌକ୍ତିକ ଦେଶପ୍ରୀତି ଆଦି ରିଗାନ ସରକାରଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସକ୍ରିୟ ଭାବେ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିଥିଲେ।

ବୁଶ ପ୍ରଶାସନର ପ୍ରଥମ ଦଫାରେ ଆମେରିକାର ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ସାମରିକ ହସ୍ତକ୍ଷେପର ପ୍ରଚାର କରାଇଥିଲେ। କୁଏତରେ ଇରାକ ଆକ୍ରମଣ କରିବା ପରେ ବୁଶ ପ୍ରଶାସନ ସାଉଦି ଆରବକୁ ତତ୍କାଳ ସୈନ୍ୟ ପ୍ରେରଣ କରିଥିଲେ। ଇରାକର କୁଏତ ଆକ୍ରମଣ ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଆମେରିକାର ଏପ୍ରକାର ସାମରିକ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ସ୍ୱାଭାବିକ। ଏଥିଯୋଗୁଁ ମଧ୍ୟ ପ୍ରାଚ୍ୟରେ ଯୁଦ୍ଧ ଅବଶ୍ୟମ୍ଭାବୀ ହୋଇପଡ଼ିଥିଲା। ଏହି ଖବର ଆମେରିକା ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ରାଜନୈତିକ, ପରିବେଶ, ମାନବ ସଭ୍ୟତା ଉପରେ ଉପସାଗରୀୟ ଯୁଦ୍ଧର ପରିଣତି ଆଦି ବିଷୟରେ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜୋରଦାର ଆଲୋଚନା କରିବାରେ ବିଫଳ ହୋଇଥିଲେ।

ଆମେରିକାର ପଦକ୍ଷେପ ପ୍ରକୃତରେ ଦେଶର ଜନତାଙ୍କ ସ୍ୱାର୍ଥ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଥିଲା କି ନାହିଁ ସେ ସଂପର୍କରେ ମଧ୍ୟ କୌଣସି ବିତର୍କ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ହୋଇନଥିଲା। ବରଂ ଦେଶର ପ୍ରମୁଖ ଟେଲିଭିଜନ ନେଟଓ୍ୱାର୍କ ବୁଶ ପ୍ରଶାସନର ପ୍ରତିଟି ପଦକ୍ଷେପ ଓ ସ୍ଥିତି ସଂପର୍କରେ ଉପସ୍ଥାପନା କରିଚାଲିଲେ। ବହୁରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ମିଳିତ ସେନା ସଂପର୍କରେ ଅନୁକୂଳାତ୍ମକ ଖବର ଉପସ୍ଥାପନା କରିଥିଲେ। ସାଧାରଣ ନାଗରିକଙ୍କ ସମେତ ସହସ୍ରାଧିକ ଇରାକୀ ସେନାଙ୍କ ହତ୍ୟା ବିରୋଧରେ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଖୁବ୍ କମ୍ ତଥା କ୍ଷୀଣ ସ୍ୱର ଶୁଣିବାକୁ ମିଳିଥିଲା। ବହୁରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ସେନା ବୋମା ମାଡ଼ରେ ଇରାକୀ ଅର୍ଥନୈତିକ ଭିତ୍ତିଭୂମି ଧ୍ୱଂସ, କୁଏତରୁ ଆନୁଷ୍ଠାନିକ ପ୍ରତ୍ୟାହାର ଘୋଷଣା କରିବା ସହ ଜାତିସଂଘରେ ଯୁଦ୍ଧବିରତି ପାଇଁ ନିବେଦନ କରି ପଳାୟନ କରୁଥିବା ଇରାକୀ ସୈନ୍ୟଙ୍କୁ ହତ୍ୟା ଘଟଣାର ଖବର ଆମେରିକା ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପଯୁକ୍ତ ଭାବେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇନଥିଲା। ମିଳିତ ଜାତିସଂଘରେ ଇରାକର ନିବେଦନକୁ ଟେଲିଭିଜନ ନେଟଓ୍ୱାର୍କଗୁଡ଼ିକ ଉପେକ୍ଷା କରି କୁଏତ ମୁକ୍ତିର ଉତ୍‌ଫୁଲିତ ଦୃଶ୍ୟ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିଥିଲେ

ସାମଗ୍ରୀକ ଭାବେ ଦେଖିଲେ କର୍ପୋରେଟ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ରକ୍ଷଣଶୀଳ ଦଳ ଓ ଆର୍ଥିକ ସ୍ୱାର୍ଥକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିଥାନ୍ତି। ରୁପେର୍ଟ ମୁର୍ଦୋକଙ୍କ ନ୍ୟୁଜ କର୍ପୋରେସନ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ଦକ୍ଷିଣପନ୍ଥୀ ରାଜନୀତିର ବ୍ୟାପକ ପ୍ରସାର ପ୍ରଚାର କରାଇଥାଏ। ଇଟାଲୀରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବସାୟୀ ସିଲଭିଓ ବର୍ଲୁସ୍‌କୋନି ନିଜ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାମ୍ରାଜ୍ୟ ସହାୟତାରେ ଦେଶର ପ୍ରଧାନମନ୍ତ୍ରୀ ହୋଇପାରିଲେ। ଏକାଧିକ ବ୍ୟବସାୟିକ ଦୁର୍ନୀତି ଅଭିଯୋଗ ସତ୍ତ୍ୱେ ତାଙ୍କ ପଛରେ ଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମର ସମର୍ଥନ ଯୋଗୁଁ ସେ ଏହି ସଫଳତା ପାଇପାରିଥିଲେ। ଏହି ଦୁର୍ନୀତି ଯୋଗୁଁ ସେ ଜେଲ ଯିବା ଆଶଙ୍କା ମଧ୍ୟ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥିଲା।

ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରାମାଣିକ ସମ୍ବାଦ, ସର୍ବସାଧାରଣ ବ୍ୟାପାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଓ ରାଜନୈତିକ ଆଲୋଚନା ହ୍ରାସ ପାଇବା ଯୋଗୁଁ ଭୋଟରମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ସ୍ୱଳ୍ପ ତଥ୍ୟ ଓ ସୂଚନା ରହିଥାଏ। ଫଳରେ ସେମାନେ ସଚେତନ ହୋଇନପାରି ରାଜନୈତିକ ହେରଫେର ପ୍ରତି ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ହୋଇପଡ଼ିଥାନ୍ତି। ଗଣତନ୍ତ୍ର ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ବ୍ୟାପକ ସାର୍ବଜନୀନ ବିତର୍କ ଓ ସଚେତନ ଭୋଟରଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି। ସୂଚନାରେ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଭୋଟର ବୁଦ୍ଧିମତାର ସହ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବା ସହ ରାଜନୀତିରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହୋଇପାରେ। କର୍ପୋରେଟ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ନିଜ ସଂସ୍ଥାର ସ୍ୱାର୍ଥ ପାଇଁ ଉପଯୋଗ କରାଯାଇପାରେ । ଏଥିସହ କର୍ପୋରେଟ ବ୍ୟବସ୍ଥା ପ୍ରତି ବୃଦ୍ଧି ପାଉଥିବା ସମାଲୋଚନା ଓ ତିରସ୍କାରକୁ ଏହି ନିଜ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତିହତ କରାଯାଇପାରିବ।

ବିଶ୍ୱ ଉଦାରୀକରଣ, କର୍ପୋରେଟ ପୁଞ୍ଜିବାଦର ଅପବ୍ୟବହାର, ପରିବେଶଗତ ସମସ୍ୟା, ଜନସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସଂକଟ, ଧନୀ-ଗରିବ ମଧ୍ୟରେ ଅସମାନତା ବୃଦ୍ଧି, ବିପଦଜନକ କର୍ପୋରେଟ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା କାରଣରୁ ୧୯୯୦ ଦଶନ୍ଧି ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟା ବୃଦ୍ଧିର ସମୟ ହେଲା। ଏହା ଏକ ନବ୍ୟଉଦାର ଯୁଗ ହେଲା ଯେଉଁ ସମୟରେ କେବଳ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିୟନ୍ତ୍ରଣମୁକ୍ତ ହେଲା ନାହିଁ କର୍ପୋରେଟ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା, ଆର୍ଥିକ ବଜାର ଓ ବିଶ୍ୱ ଅର୍ଥନୀତି କଟକଣାମୁକ୍ତ ହୋଇଥିଲା। ନୂଆ ଅର୍ଥନୀତିକୁ ନେଇ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉତ୍ସବ ମନେଇଲା। ଏହି ସମୟରେ ଅର୍ଥନୀତିରେ ଉତ୍ସାହ ଦେଖାଦେଲା। ପ୍ରାଚୁର୍ଯ୍ୟରେ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଦେଖାଦେଲା। ସମସ୍ତେ ଷ୍ଟକ ବଜାରର ମାତ୍ରାଧିକ

ସ୍ଫୀତଜନିତ ବିପଦ ପ୍ରତି କିନ୍ତୁ ଆଖି ବୁଜି ଦିଆଗଲା। ଅନିୟନ୍ତ୍ରିତ ଅର୍ଥନୀତି, ନଥିଲାବାଲା ଓ ଥିଲାବାଲାଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ବ୍ୟବଧାନ ବୃଦ୍ଧି ପ୍ରତି କେହି ଦୃଷ୍ଟି ଦେଲେ ନାହିଁ। ଯାହାର ପରିଣତି ୨୦୦୨ ମସିହାରେ ଦେଖିବାକୁ ମିଳିଥିଲା। ବିଶ୍ୱର ଏକାଧିକ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଷ୍ଟକ ବଜାର ଧରାଶୟୀ ହୋଇଥିଲା।

୧.୭ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଓ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ସୁଯୋଗ

ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯଦି ନିଜର ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ କାର୍ଯ୍ୟ ସୂଚାରୁ ଭାବେ ସଂପନ୍ନ କରିବେ ତାହାଲେ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ସାମାଜିକ ଶୃଙ୍ଖଳା ବଜାୟ ରଖାଯାଇ ପାରିବ। ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ସମସ୍ୟାଜନିତ ସମସ୍ତ ପ୍ରସଙ୍ଗ ବିଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ନିଖୁଣ ଭାବେ ଆଲୋଚନା ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏହା ଉପରେ ବ୍ୟାପକ ଭାବେ ସର୍ବସାଧାରଣ ବିତର୍କ ହେବା ଉଚିତ୍। ଅନେକ ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ପରିତ୍ୟାଗ କରିଦିଆଯାଉଛି। ଏପ୍ରକାର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଉଥିବା ପରିଲକ୍ଷିତ ହେଉଛି। ସମସ୍ତ ପ୍ରସଙ୍ଗ ବିଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ପ୍ରସାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଉପସ୍ଥାପିତ ହେବା ଗଣତନ୍ତ୍ର ପାଇଁ ନିହାତି ଜରୁରୀ। ବହୁ ସମାଲୋଚକ ଯୁକ୍ତି ଦର୍ଶାଇଥାନ୍ତି ଯେ, ବିଗତ ଦଶନ୍ଧିରେ ଅନେକ ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟାର ଆବଶ୍ୟକ ସମାଧାନ ହୋଇପାରି ନାହିଁ। କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜେ ପ୍ରମୁଖ ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟା ପାଲଟି ଯାଇଛନ୍ତି। ଏମାନେ କର୍ପୋରେଟ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଓ ରକ୍ଷଣଶୀଳ ରାଜନୀତିର ସ୍ୱାର୍ଥ ପ୍ରତି ଅଗ୍ରାଧିକାର ଦେବାକୁ ଯାଇ ସାମାଜିକ ପ୍ରଗତିର ଗତିରୋଧ କରିଥାନ୍ତି।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବସ୍ଥାର ଗଣତନ୍ତ୍ରକରଣ ପାଇଁ ବ୍ୟାପକ ସଂସ୍କାର ଅଭିଯାନ ଆରମ୍ଭ ସହ ସମସ୍ତ ପ୍ରଗତିଶୀଳ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସାମାଜିକ ଆନ୍ଦୋଳନକୁ ସ୍ୱୀକୃତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଜରୁରୀ ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟା ଓ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଗୁଡ଼ିକର ସମାଧାନ ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ସବଳ କରାଯିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି। ଏହି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସମାଲୋଚକଙ୍କୁ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ କରାଯିବା ଦରକାର। କଟକଣା ବ୍ୟବସ୍ଥାର ପୁନଃ ଆରମ୍ଭ , ସାର୍ବଜନୀନ ଟେଲିଭିଜନର ପୁନଃ ଜାଗରଣ, ଗୋଷ୍ଠୀଗତ ଓ ସାର୍ବଜନୀନ ରେଡ଼ିଓର ପ୍ରଚଳନ ଆବଶ୍ୟକ। ଜନସାଧାରଣ ସୁବିଧାରେ ଟେଲିଭିଜନ ବ୍ୟବହାର ସୁବିଧା ପାଇବା ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ଦିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଅନୁସନ୍ଧାନ ଓ ଜନସେବା ସାମ୍ବାଦିକତାର ପରିବ୍ୟାପ୍ତି କରାଯିବା ସହ ଇଣ୍ଟରନେଟ ଉପଯୋଗର ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ବିକେନ୍ଦ୍ରୀକରଣ ଆବଶ୍ୟକ। ପ୍ରମୁଖ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ପ୍ରସାରଣ ମାଧ୍ୟମ, ପ୍ରମୁଖ ସାଂସ୍କୃତିକ ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ କର୍ପୋରେଟ ନିୟନ୍ତ୍ରଣରେ ରହିଥିବାରୁ କର୍ପୋରେଟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ସଂସ୍କାରରେ ସହଯୋଗ କରିବାର ଆଶା କମ୍। ସରକାରୀ କଟକଣା ବୃଦ୍ଧି ଓ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଚାପ ବ୍ୟତିରେକେ ଏହା ସମ୍ଭବ ନୁହେଁ। ତେଣୁ ବର୍ତ୍ତମାନ ପରିସ୍ଥିତିରେ ବିଶ୍ୱବ୍ୟାପୀ ଏହା ସମ୍ଭବପର ହୋଇପାରିବା ଭଳି ଜଣାପଡୁ ନାହିଁ।

ଗଣମାଧ୍ୟମର ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ପୁନରୁତ୍ଥାନ ଦିଗରେ ଇଣ୍ଟରନେଟ ଆବଶ୍ୟକ ଖୋରାକ ଯୋଗାଇ ପାରିବ। ସୂଚନା ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଉପକରଣ ତୁଳନାରେ ଇଣ୍ଟରନେଟ ଜରିଆରେ ଜନସାଧାରଣ ଏକାଧିକ ସୂତ୍ରରୁ ଅତି ସହଜରେ ବହୁ ପରିମାଣର ସୂଚନା ହସ୍ତଗତ କରିପାରିବେ। ଇଣ୍ଟନେଟରେ ଉଭୟ ପାର୍ଶ୍ୱ ଯୋଗାଯୋଗ ସମ୍ଭବପର। ଫଳରେ ଜନସାଧାରଣ ବିଭିନ୍ନ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଆଲୋଚନାରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିପାରିବେ, ଯାହା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଗଣତନ୍ତ୍ର ପ୍ରତିଷ୍ଠାରେ ସହାୟକ ହୋଇପାରିବ।

ଉପରୋକ୍ତ ଯୁକ୍ତି ଠିକ୍ ହେଲେ ମଧ୍ୟ ଆମେ ଏକଥା ଭୁଲିଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ ଯେ, ବିଶ୍ୱର ବହୁ ଅଞ୍ଚଳରେ ବର୍ତ୍ତମାନ ସୁଦ୍ଧା ଇଣ୍ଟରନେଟ ସୁବିଧା ଉପଲବ୍ଧ ନାହିଁ। ବହୁ ଜନସାଧାରଣ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପାଠ କରନ୍ତି ନାହିଁ। ବିଶ୍ୱର ବିଭିନ୍ନ ଅଞ୍ଚଳର ଜନସାଧାରଣ ଏବେବି ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ସୂତ୍ରରୁ ସୂଚନା ଯୋଗାଡ଼ କରିଥାନ୍ତି। ଏକକ ସୂତ୍ରରୁ ଏହି ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ ହୋଇନଥାଏ। ଏହି କାରଣରୁ ସୂଚନାର କିସମ ଓ ମାନରେ ବ୍ୟାପକ ତାରତମ୍ୟ ପରିଲକ୍ଷିତ ହୋଇଥାଏ। କାରଣ ସୂଚନା ହସ୍ତଗତ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିର, ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ, ଦକ୍ଷତା ଓ ସଠିକ୍ ବାଖ୍ୟା ଉପରେ ଏହା ନିର୍ଭର କରିଥାଏ।

ଗଣତନ୍ତ୍ର ପାଇଁ ସଚେତନ ନାଗରିକ ଓ ସୂଚନା ଆହରଣର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି। ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ନାଗରିକ ସାର୍ବଜନୀନ ମତବିନିମୟ କରିବା ସହ ମହତ୍ତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଉପରେ ଦଖଲ ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏହି ସୂଚନାକୁ ସେ ବୁଝିପାରିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଶକ୍ତିଶାଳୀ କର୍ପୋରେଟ ଓ ରାଜନୈତିକ ଶକ୍ତି ବିପକ୍ଷରେ ରହି ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ସୁରକ୍ଷିତ ରଖିବା ସହ ଏହାର ପୁନରୁତ୍ଥାନ ପାଇଁ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସଂସ୍କାର ଓ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି। ଗଣମାଧ୍ୟମର ଗଣତନ୍ତ୍ରୀକରଣ ଏବଂ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିକାଶ ସଂପର୍କରେ ବିଶ୍ୱର ବିଭିନ୍ନ ଅଞ୍ଚଳରେ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ମତ ପ୍ରକାଶ ପାଇପାରେ। କିନ୍ତୁ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟତୀରକେ ରାଜନୀତି ଓ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗଣତନ୍ତ୍ର ତିଷ୍ଠିପାରିବ ନାହିଁ କି ସାମାଜିକ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକର ସମାଧାନ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ।

୧.୮ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୧) ସାର୍ବଜନୀନ କ୍ଷେତ୍ର ଚିନ୍ତାଧାରା ସଂପର୍କରେ ବୁଝାଅ ?

୨) ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ୫ଟି ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ସଂପର୍କରେ ଲେଖ ?

୩) ଗଣମାଧ୍ୟମର କର୍ପୋରେଟକରଣ ହିତ ନା ଅହିତ ? ବୁଝାଅ

୪) ଭବିଷ୍ୟତରେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବାସ୍ତବ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭାବେ ଉଭା ହୋଇପାରିବ କି ?

ଦ୍ୱିତୀୟ ଏକକ : ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସମସାମୟିକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ବିତର୍କ

ବିଷୟ ଗଠନ :

୨.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୨.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା
୨.୩ ଶିଶୁଙ୍କ ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ପ୍ରଭାବ
୨.୪ ଲିଙ୍ଗଭେଦ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ
୨.୫ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ପରିବେଶ ସମସ୍ୟା
୨.୬ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ମାନବିକ ଅଧିକାର
୨.୭ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୨.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ଅଧ୍ୟାୟ ସମାପ୍ତ ପରେ ବିଦ୍ୟାର୍ଥୀ ନିମ୍ନବର୍ଣ୍ଣିତ ବିଷୟରେ ଅବଗତ ହୋଇପାରିବେ

- ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂପର୍କିତ ସାଂପ୍ରତିକ ବିତର୍କ ଓ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଚିହ୍ନଟ କରି ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିପାରିବେ
- ମାନବିକ ଅଧିକାର, ପରିବେଶ ସୁରକ୍ଷା, ଲିଙ୍ଗଗତ ସମାନତା ଓ ଶିଶୁ କଲ୍ୟାଣ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ବିଷୟକୁ ପ୍ରଶଂସା କିମ୍ବା ସମାଲୋଚନା କରିପାରିବେ ।
- ସଚେତନ ନାଗରିକ ସମାଜ ସମର୍ଥନରେ ସୁସ୍ଥ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ପ୍ରତିଷ୍ଠା ଦିଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକାର ପ୍ରଶଂସା କରିପାରିବେ

୨.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା

ଆମେ ଜାଣୁ ଯେ, ସ୍ୱାଧୀନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଗଣତନ୍ତ୍ର ଏକତ୍ର ଚାଲିଥାନ୍ତି । ଗଣତନ୍ତ୍ର ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜାଗ୍ରତ ପ୍ରହରୀ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ତେବେ ଆମ ପରି ଆଧୁନିକ ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା ସଂପର୍କରେ ବିଗତ ଦିନରେ ଅନେକ ଆଶଙ୍କା ଓ ବିତର୍କ ଦେଖାଦେଇଛି । ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପ୍ରତି ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜ ଦାୟିତ୍ୱ ଓ କର୍ତ୍ତବ୍ୟରେ ଅବହେଳା ପ୍ରଦର୍ଶନ ଅଭିଯୋଗରେ ଏହା ଏବେ ସମାଲୋଚିତ ହେଉଛି । ବହୁ ସମୟରେ ଏକଥା ଅଭିଯୋଗ ହୋଇଆସୁଛି ଯେ, ନାଗରିକଙ୍କ ପ୍ରତି ନିଜ ମୌଳିକ କର୍ତ୍ତବ୍ୟରେ ଅବହେଳା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରି ସମାଜର ଧନୀ ଓ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ବର୍ଗଙ୍କ ସପକ୍ଷରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛି । ନିମ୍ନରେ ଏପ୍ରକାର କେତେକ ପ୍ରସଙ୍ଗର ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଉଛି ।

୨.୩ ଶିଶୁଙ୍କ ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ପ୍ରଭାବ

ଦେଖାଯାଇଛି ଯେ ୧ ବର୍ଷରୁ ୩ ବର୍ଷ ବୟସ ମଧ୍ୟରେ ଥିବା ଶିଶୁ ଟେଲିଭିଜନ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରତି ଆକୃଷ୍ଟ ହୋଇଥାନ୍ତି। ସେମାନେ ଲୋକପ୍ରିୟ ଟିଭି ବିଜ୍ଞାପନର ଦୃଶ୍ୟ ଉପଭୋଗ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ନିଜ ଭାବଙ୍ଗୀରେ ଏହାର ପୁନରାବୃତ୍ତି କରିବାର ଦେଖାଯାଏ। ସେହି ବୟସର ଶିଶୁମାନେ ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ଚିକ୍କଣିଆ ପୃଷ୍ଠାରେ ପ୍ରକାଶିତ ଚକୋଲେଟ ଓ ପୋଷାକ ବିଜ୍ଞାପନ ଉପଭୋଗ କରିଥାନ୍ତି। ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିବା ପରେ ଏହି ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ କରିଦେବାକୁ ସେମାନେ ନିଜ ପିତାମାତାଙ୍କୁ ଅଧିକାଂଶ ସମୟରେ ବାଧ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି।

୫ ବର୍ଷ ବୟସର ଶିଶୁ ମଧ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇଥାନ୍ତି। ବିଜ୍ଞାପନରେ ଦେଖିଥିବା ଯୋଗୁଁ ସଂପୃକ୍ତି ସାମଗ୍ରୀ କିଣିଦେବା ପାଇଁ ପିଲାଟି ଚାପ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ତେବେ ପିଲାମାନଙ୍କର ଏହି ପସନ୍ଦ ମଧ୍ୟରେ ପୁସ୍ତକର ସ୍ଥାନ ନଥାଏ। ଏହା ପିତାମାତାଙ୍କ ପରିସରଭୁକ୍ତ ହୋଇ ରହିଥାଏ। ବାଳିକାମାନେ କ୍ରିମ୍, ଲୋସନ, ଅତର, ନକଲି ଅଳଙ୍କାର କ୍ରୟ କରିବାକୁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି। କାରଣ ଟିଭି ବିଜ୍ଞାପନରେ ମହିଳାମାନେ ଏହା ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ଦେଖାଯାଏ। ନେଟ୍ ଦେଖୁଦେଖୁ ପିଲାମାନେ ବ୍ୟାନର ବିଜ୍ଞାପନ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିଥାନ୍ତି। ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ସଂପର୍କରେ ସେମାନେ କିଛି ଜାଣିନଥାନ୍ତି। କିନ୍ତୁ ଉତ୍ସୁକତାରୁ ସେମାନେ ଏହାକୁ କ୍ଲିକ୍ କରିଥାନ୍ତି।

ରେଡ଼ିଓ ଓ ଟେଲିଭିଜନ ବିଜ୍ଞାପନ ମଧ୍ୟରୁ ଶିଶୁଙ୍କ ଉପରେ ଟେଲିଭିଜନ ବିଜ୍ଞାପନର ଅଧିକ ପ୍ରଭାବ ରହୁଥିବା ଦେଖାଯାଇଛି।

୫ ରୁ ୭ ବର୍ଷ ବୟସର ଶିଶୁ ମଧ୍ୟ ଟିଭି ଓ ରେଡ଼ିଓ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଯଦିଓ ସେମାନେ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପଢ଼ନ୍ତି, ଏହା ବାଧ୍ୟବାଧକତାରେ। ଏମାନେ ଟିଭି ସହ ଆସକ୍ତ ଏବଂ ନିଜ ପସନ୍ଦ ଟିଭି ଧାରାବାହିକ ଓ କାର୍ଟୁନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଦେଖିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରିଥାନ୍ତି। ବହୁ ପିଲା ନିୟମିତ ଇଣ୍ଟରନେଟ ଖେଳାଇଥାନ୍ତି। ଏପରିକି ବାହ୍ୟକ୍ରୀଡ଼ା ଖେଳୁଥିବା ସମୟରେ ସେମାନଙ୍କ କଥାବର୍ତ୍ତା ଟିଭିରେ ଦେଖିଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରତି କେନ୍ଦ୍ରୀଭୁତ ରହିଥାଏ। ସାମଗ୍ରୀ ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ଟିଭି ସେମାନଙ୍କ ଆକାଂକ୍ଷା ବୃଦ୍ଧି କରୁଥିବା ଦେଖାଯାଉଛି, ଯାହାକି ସେମାନଙ୍କ କ୍ଷମତା ମଧ୍ୟରେ ନଥାଏ ।

୧୦ ରୁ ୧୧ ବର୍ଷ ବୟସର ଶିଶୁ ଗଣମାଧ୍ୟମରୁ ଅନେକ ସୂତ୍ର ପାଇଥାନ୍ତି। ଅନ୍ୟ ବୟସର ଶିଶୁଙ୍କ ତୁଳନାରେ ଏହି ବୟସର ଶିଶୁଙ୍କ ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରଭାବ ଅଧିକ ରହିଥାଏ। ଟିଭି ବିଜ୍ଞାପନ ସେମାନଙ୍କୁ ଆମୋଦିତ କରିଥାଏ।

୧୧ ରୁ ୧୩ ବର୍ଷ ବୟସର ପିଲାଙ୍କୁ ଶିଶୁଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଯୁବକ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ। ଏହି ବୟସରେ ଶିକ୍ଷାର ଚାପ ଅଧିକ ରହିଥାଏ। ଘରପାଠ ସମାପ୍ତ ପାଇଁ ପିଲାମାନେ ବେଳେବେଳେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଉପଯୋଗ କରିଥାନ୍ତି। ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରତି ସେମାନଙ୍କ ଆକର୍ଷଣ କେବଳ କାର୍ଟୁନରେ ସୀମିତ ରହିନାହିଁ। ସେମାନେ ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଦେଖନ୍ତି। ବିଭିନ୍ନ ସେବା ଓ ସାମଗ୍ରୀ ବିଜ୍ଞାପନ ସେମାନେ ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ଦେଖିବାର ସୁଯୋଗ ପାଉଛନ୍ତି।

ତେଣୁ ଏକଥା କୁହାଯାଇପାରେ ଯେ, ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିବା ପିଲାମାନଙ୍କର ପାଇଁ ପ୍ରମୁଖ ଅଭ୍ୟାସ ହୋଇଯାଇଛି। ପିଲାମାନେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିବା ଦିନରୁ ବିଜ୍ଞାପନ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସୁଥିବା ଦେଖାଯାଉଛି। ବିଜ୍ଞାପନ ହିଁ ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ ପାଇଁ ପିଲାମାନଙ୍କ ମନରେ ଆଗ୍ରହ ବୃଦ୍ଧି କରାଇ ସେମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ। ଜୀବନ, ଜୀବିକା ଓ ସଂପର୍କ ଆଦି ନେଇ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପିଲାଙ୍କ ମନରେ ଅବାସ୍ତବ ଧାରଣା ସୃଷ୍ଟି କରାଇଥାନ୍ତି।

୨.୪ ଲିଙ୍ଗଭେଦ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ଏକଥା ଅଭିଯୋଗ ହୁଏ ଯେ ବିଭିନ୍ନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତି ଅସମାନତା ଆଚରଣ, ଶୋଷଣ ଆଦି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗର ସମାଧାନ ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ କରିପାରି ନାହିଁ। ବରଂ ଏହା ମହିଳାଙ୍କୁ ଯୌନ ବସ୍ତୁ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିଥାଏ। ଯୌନ କାରବାର ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଘଟଣାକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅତି ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟକର ଢ଼ଙ୍ଗରେ ପ୍ରକାଶ କରିଥାଏ। ମହିଳାଙ୍କ ଶୋଷଣ ଦିଗକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ହେଉଥିବା ଅପରାଧକୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଉଥିବା ଦେଖାଯାଉଛି। ଶୋଷଣ ହିଁ ମହିଳା ହିଂସାର ଅନ୍ୟତମ ପ୍ରମୁଖ କାରଣ ଅଟେ।

ପାରମ୍ପରିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଭିତ୍ତିକ ସମାଜରେ ମହିଳାଙ୍କୁ ଗୃହର ଜଣେ ଅକିଞ୍ଚନ ସଦସ୍ୟା ବା ଅନାମଧେୟ ଚରିତ୍ର ଭାବେ ଚିରାଚରିତ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିଥାଏ ବୋଲି ମଧ୍ୟ ଅଭିଯୋଗ ହୁଏ। ଏକ ଶୀତଳ ହତ୍ୟାକାଣ୍ଡ ବା ଧର୍ଷଣ ମାମଲା ହୋଇନଥିଲେ ସାଧାରଣତଃ ମହିଳାଙ୍କ ସମସ୍ୟା ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ପ୍ରଥମ ପୃଷ୍ଠାରେ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇନଥାଏ। ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ମହିଳା ପୃଷ୍ଠାରେ ମଧ୍ୟ ମହିଳା ପ୍ରସଙ୍ଗର ସମାଧାନ ପାଇଁ ପଦକ୍ଷେପ ନିଆଯାଇନଥାଏ। ଏହି ପୃଷ୍ଠାରେ ଖାଦ୍ୟ, ରୂପଚର୍ଯ୍ୟା ଓ ଆଧୁନିକ ପ୍ରସାଧନ କୈନ୍ଦ୍ରୀକ ବିଷୟ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଥାଏ।

ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତି ଅପରାଧ ରିପୋର୍ଟିଂ

ମିଡ଼ିଆ ଆଡ଼ଭୋକେସି ଗ୍ରୁପ ପକ୍ଷରୁ ହୋଇଥିବା ଏକ ଅନୁଧ୍ୟାନର ଫଳାଫଳ ଭିତ୍ତିରେ ନିମ୍ନ ସୁପାରିଶ କରାଯାଇଛି :

୧) ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତି ହେଉଥିବା ଅପରାଧ ଘଟଣାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଖୋଲା ତଥା ଉଦାର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ପୋଷଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ। ମହିଳା ଓ ଶିଶୁଙ୍କ ପ୍ରତି ଅପରାଧ ବୃଦ୍ଧି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଏହାର କାରଣ ଖୋଜିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାମାଜିକ ଅଡ଼ିଟ ପାଇଁ ସୂତ୍ରଧର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ।

୨) ଅପରାଧର କାରଣ, ରୂପରେଖ ଓ ନିରାକରଣ ଦିଗ ସଂପର୍କରେ ନାଗରିକ ସମାଜ ମଧ୍ୟରେ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦାୟିତ୍ୱ ତୁଲାଇବା ଆବଶ୍ୟକ।

୩) ଏପ୍ରକାର ଘଟଣାର ପରିଚାଳନା ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ତଥ୍ୟନିଷ୍ଠ ଓ ସଠିକ୍ ବିବରଣୀ ପ୍ରକାଶ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ।

ଅନୁଧ୍ୟାନରୁ ପ୍ରକାଶ ଯେ, ଧର୍ଷଣ ପରି ସ୍ପର୍ଶକାତର ଘଟଣାର ବିବିରଣୀ ପ୍ରକାଶନ ଦିଗରେ ଯେଉଁ ଏକମାତ୍ର ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଛି ତାହା ହେଲା ପୀଡ଼ିତାଙ୍କ ନାମ ପ୍ରକାଶରେ ପ୍ରତିବନ୍ଧକ। ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତି ଅପରାଧ ଖବର ପ୍ରକାଶନରେ ଏହାବ୍ୟତୀତ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ଶକ୍ତିଶାଳୀ କଟକଣା ବ୍ୟବସ୍ଥା ନାହିଁ। ଏହି ଅପରାଧ ଘଟଣା ନକ୍ସା ଜରିଆରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଉଥିବା ଦେଖାଯାଉଛି। ପାଡ଼ିତାଙ୍କ ପରିବାର ଓ ଠିକଣା ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଛି। ଫଳରେ ପୂର୍ବୋକ୍ତ ନାମ ପ୍ରକାଶ ନକରିବା ଆଇନ ଉପହାସିତ ହେଉଛି। ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତି ଅପରାଧ ସଂବାଦ ପ୍ରକାଶନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୋଟାମୋଟି ଅଣସମ୍ବେଦନଶୀଳ ହେଉଥିବା ଦେଖାଯାଉଛି।

ମହିଳା ସମସ୍ୟାର ସୀମିତ ପ୍ରକାଶନ :

ପ୍ରତିକୂଳ ଲିଙ୍ଗ ଅନୁପାତ, ଶିଶୁ ଓ ଗର୍ଭବତୀ ମୃତ୍ୟୁ, ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତି ଅପରାଧ, ମହିଳା ଓ ସେମାନଙ୍କ ପରିବାର ଉପରେ ଦାରିଦ୍ର୍ୟର ପ୍ରଭାବ ଆଦି ସମସ୍ୟା ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଖବର ପ୍ରକାଶନ ସୀମିତ ଅଟେ। ପ୍ରତିବଦଳରେ ସୌନ୍ଦର୍ଯ୍ୟ, ରୂପଚର୍ଯ୍ୟା, ପରିଧାନ, ଓଜନ ହ୍ରାସ ଓ ରୋଷେଇ ଆଦି ସମ୍ବାଦ ଅଧିକ ପ୍ରକାଶିତ ହେଉଛି । ମହିଳାଙ୍କ ପାଇଁ ନିଯୁକ୍ତି ଓ ଜୀବିକା ସୁଯୋଗ, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ସଚେତନତା, ଉଦ୍ୟୋଗ, ଆଇନ ସହାୟତା, ପରାମର୍ଶ ସେବା ଓ ଆର୍ଥିକ ପରିଚାଳନା ସଂକ୍ରାନ୍ତ ପ୍ରବନ୍ଧ ପ୍ରକାଶନ ସଂଖ୍ୟା ଖୁବ୍ ସ୍ୱଳ୍ପ । ମହିଳା ପ୍ରଗତି ପ୍ରସଙ୍ଗରେ କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଉଥିବା ଅନୁଧ୍ୟାନରୁ ଜଣାପଡ଼ିଛି।

ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ମହିଳାଙ୍କ ଚିତ୍ରଣ :

ଯୌନ ଉଦ୍ଦୀପକ ମହିଳା କିଛି ଅଜଣା ପୁରୁଷଙ୍କୁ ଫାଶରେ ପକାଉଥିବା ଟେଲିଭିଜନରେ ଅଧିକାଂଶ ସମୟରେ ଦେଖିବାକୁ ମିଳିଥାଏ। କିନ୍ତୁ ବାସ୍ତବତା ହେଉଛି ଓଲଟା। ମହିଳାଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ଭାବରେ ଯଥା ଶାରୀରିକ ଆଘାତ, ଧର୍ଷଣ, ଯୌନ କାରବାର ପାଇଁ ବାଧ୍ୟ କରାଇବା ଓ ପରିତ୍ୟାଗ କରିବା ଭଳି ନିର୍ଯାତନା ପୁରୁଷମାନେ ହିଁ ଦେଇଥାନ୍ତି। ତେଣୁ ଏପ୍ରକାର ଧାରାବାହିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବାସ୍ତବତାର ନିକଟତର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ।

ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ମହିଳାଙ୍କ ଚିତ୍ରଣକୁ ନେଇ ଜାତୀୟ ମହିଳା କମିଶନଙ୍କ ପକ୍ଷରୁ ମହିଳାଙ୍କ ଅଶୋଭନୀୟ ପ୍ରଦର୍ଶନ ନିରାକରଣ ଆଇନ- ୧୯୮୬ ରେ ସଂଶୋଧନ ପାଇଁ ସୁପାରିଶ କରାଯାଇଛି। ଏହି ଆଇନ ପରିସରକୁ ନୂତନ ପ୍ରଯୁକ୍ତି ଯଥା ଏମଏମଏସ୍ ଓ ଇଲେକଟ୍ରୋନିକ୍‌ସ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଅଣାଯିବା ପାଇଁ ମହିଳା କମିଶନ ଚାହାଁନ୍ତି।

ମହିଳାଙ୍କ ପାଇଁ ଆୟକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସଂପର୍କରେ ଅନେକ କଥା କୁହାଯାଉଛି। କିନ୍ତୁ ସେମାନଙ୍କୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ମହିଳା କୈନ୍ଦ୍ରିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଯଥା ପାମ୍ପଡ଼ ପ୍ରସ୍ତୁତି, ସିଲେଇ, ବୁଣାବୁଣି,ଆଚାର ପ୍ରସ୍ତୁତି ଆଦି କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିୟୋଜିତ କରାଯାଇଥାଏ। ଅଣପାରମ୍ପରିକ ଦକ୍ଷତାସଂପନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ପ୍ରଦାନ କରାଯିବା ଉଚିତ୍। ଏହା ହେଲେ କେବଳ କିଛି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କାର୍ଯ୍ୟ ପାଇଁ ମହିଳାମାନେ ଯୋଗ୍ୟ ଥିବା ଧାରଣା ଦୂର ହୋଇପାରିବ। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ମହିଳାଙ୍କୁ ଯୌନ ବସ୍ତୁ ବା ଗୃହିଣୀ ଭାବେ ଚିରାଚରିତ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଉଛି।

ଅଣଆନୁଷ୍ଠାନିକ ଓ ଅଣସଂଗଠିତ କ୍ଷେତ୍ରରେ ମହିଳାଙ୍କ ବିକାଶ ଓ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଫଳପ୍ରଦ ସୂଚନା ପ୍ରବାହ ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମାଧ୍ୟମ। ଆଇନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିବା ସେବା ଓ ସୁବିଧା, ସରକାରୀ ଯୋଜନା, ବ୍ୟାଙ୍କ ଓ ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀ ଅନୁଷ୍ଠାନ ସଂପର୍କରେ ଉପଯୁକ୍ତ ସୂଚନା ଅଭାବରୁ ମହିଳାମାନେ ବିଭିନ୍ନ ସୁବିଧା ହାସଲ କରିପାରୁ ନାହାନ୍ତି। ଏହି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିମ୍ନ ବିଷୟ ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ।

୧) ଅଣସଂଗଠିତ କ୍ଷେତ୍ରରେ କାର୍ଯ୍ୟରତ ମହିଳାଙ୍କୁ ଜଣେ କର୍ତ୍ତବ୍ୟକାରୀ ପତ୍ନୀ ବା କନ୍ୟା ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାନଯାଇ ଶ୍ରମିକ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଉ। ମହିଳାଙ୍କୁ ସେବା ଓ ସାମଗ୍ରୀର ଉପଭୋକ୍ତା ଭାବେ ଚିତ୍ରିତ ନକରି ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି।

୨) ଦାରିଦ୍ର୍ୟ ମଧ୍ୟରେ ମହିଳାଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିବାଦସ୍ପଦ ବିଷୟ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ।

୩) ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ପ୍ରକାଶନରେ ଉନ୍ନତି ଆଣିବା ପାଇଁ ବେସରକାରୀ ସଂସ୍ଥା, ମହିଳା ସାମାଜିକ ଗୋଷ୍ଠୀ, ଗବେଷଣା ସଂସ୍ଥା ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଧ୍ୟରେ ମତ ବିନିମୟ ବୃଦ୍ଧି ନିମନ୍ତେ ସମନ୍ୱିତ ଉଦ୍ୟମ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ।

ଦୂରଦର୍ଶନରେ ମହିଳାଙ୍କୁ ସକରାତ୍ମକ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ନେଇ ଯୋଶୀ କମିଟି ସୁପାରିଶ ଏଠାରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି।

୧) ମହିଳା ସମସ୍ୟା ସଂପର୍କରେ ବ୍ୟାପକ ଭାବେ ଅବଗତ ହେବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି। ଏହା ବ୍ୟତିରକେ ରାଷ୍ଟ୍ର ପ୍ରଗତି କରିପାରିବ ନାହିଁ।

୨) ଟିଭିରେ ମହିଳାଙ୍କୁ ସକରାତ୍ମକ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ନେଇ ସରକାର ସ୍ୱଷ୍ଟ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ପ୍ରଣୟନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୩) ବ୍ୟବସାୟିକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ସଂଖ୍ୟା ହ୍ରାସ କରାଯିବା ସହ ଶସ୍ତା ନୃତ୍ୟ ସଙ୍ଗୀତ ମଧ୍ୟ ହ୍ରାସ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ।

୪) ପାରମ୍ପରିକ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ମହିଳାଙ୍କୁ ସରଳ ଓ ନମନୀୟ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ। ଉଭୟ ମହିଳା ଓ ପୁରୁଷଙ୍କୁ ପରସ୍ପର ପ୍ରତି ସମ୍ମାନବୋଧ ରହିଥିବା ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଯଦ୍ୱାରା ଆଦାନପ୍ରଦାନ ଭାବନା ଜାଗ୍ରତ ହୋଇପାରିବ।

୫) ପଡ଼ୋଶୀ ବା ତୃତୀୟ ବିଶ୍ୱ ରାଷ୍ଟ୍ରରୁ ମହିଳାଙ୍କ ପାଇଁ ଉତ୍ତମ ଶିକ୍ଷଣୀୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆମଦାନୀ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏଥିପାଇଁ ବୈଦେଶିକ ବିନିମୟ ସମ୍ବଳର ଉପଯୋଗ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ।

୬) ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ବହୁ ସଂଖ୍ୟକ ମହିଳା ଯେପରି ଟିଭି ସୁବିଧା ପାଇପାରିବେ ସେଥିପାଇଁ ପଦକ୍ଷେପ ନିଆଯିବା ଉଚିତ୍। ଗୋଷ୍ଠୀ ଦର୍ଶନ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ମହିଳାମଣ୍ଡଳକୁ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ କରାଯାଉ।

୨.୫ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ପରିବେଶ ସମସ୍ୟା

ଆମେ ଏକ ପ୍ରଦୂଷିତ ପରିବେଶରେ ବସବାସ କରୁଛେ। ସାମୁଦ୍ରିକ ଜଳରାଶିରେ ତୈଳ ଭାସୁଛି, ଓଜନ ଆବରଣରେ ଗର୍ତ୍ତ ସୃଷ୍ଟି ହେଉଛି, ଜଙ୍ଗଲ ନଷ୍ଟ ହେଉଛି, ପୃଥିବୀର ଉପରି ଭାଗ ମୃତ୍ତିକା କ୍ଷୟ ହେଉଛି, ବନ୍ୟପ୍ରାଣୀ ବିଲୁପ୍ତ ହେଉଛନ୍ତି। ଏହିପରି ଅନେକ ପରିବେଶଗତ ସମସ୍ୟା ଦେଖାଦେଉଛି। ଏହି ପ୍ରତ୍ୟେକ ଅବକ୍ଷୟର ସୁଦୂରପ୍ରସାରୀ ପ୍ରଭାବ ମାନବ ସମାଜ ଉପରେ ରହିଛି। ପ୍ରଦୂଷଣ ମନୁଷ୍ୟକୃତ। ଏହା ଏକ ପ୍ରାକୃତିକ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ନୁହେଁ। ପ୍ରକୃତିର ସନ୍ତୁଳନରେ ମଣିଷ ଯେତେବେଳେ ହସ୍ତକ୍ଷେପ କରେ ସେତେବେଳେ ପ୍ରଦୂଷଣ ଦେଖାଦିଏ। ତେଣୁ ଏହି ପ୍ରକ୍ରିୟା ସଂପର୍କରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ସଚେତନ କରିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି। ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅଗ୍ରଣୀ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିପାରିବ। ସୂଚନା ଜରିଆରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ସଚେତନ କରିପାରିବ।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଆମ ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ ପରିବେଶ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଦିଗକୁ ନେଇପାରେ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ୧୯୬୨ ମସିହାରେ ରାଚେଲ କାର୍ସନଙ୍କ 'ସାଇଲେଣ୍ଟ ସ୍ପିଙ୍ଗ' ପୁସ୍ତକ ପ୍ରକାଶ ପାଇଲା। ଏହି ପୁସ୍ତକ କେବଳ ଯେ ଆମେରିକାବାସୀ ପଢ଼ିଲେ ସେକଥା ନୁହେଁ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱବାସୀ ଏହା ପାଠ କଲେ। ଏହି ପୁସ୍ତକ ପଠନ ପରେ ହଠାତ୍ ବିଶ୍ୱବାସୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ପରିବେଶ ସଂପର୍କରେ ସଚେତନତା ବୃଦ୍ଧି ପାଇବା ଦେଖାଗଲା। ତେଣୁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ଟିଭି, ଇଣ୍ଟରନେଟ ଆଦି ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଅନୁରୂପ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବେ।

ପରିବେଶ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଜନସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି ନିମନ୍ତେ ଭାରତରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭୂମିକା ରହିଛି। ଏହି ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ସର୍ବଦା ସରକାରଙ୍କୁ ବିଶ୍ୱାସ କରାଯାଇପାରିବ ନାହିଁ। ବହୁ ସମୟରେ ସରକାରୀ ବିଭାଗ ତଥ୍ୟ ଲୁଚାଇଥାନ୍ତି। ଅନୁସନ୍ଧାନମୂଳକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଜରିଆରେ ଏହି ତଥ୍ୟ ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ପାଇଁ ଉନ୍ମୋଚିତ ହୋଇପାରିବ। ବାସ୍ତବରେ ଦେଖିଲେ ଭାରତରେ ୧୫୭୪ଟି ନଦୀବନ୍ଧ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ସମୟ ପୂର୍ବରୁ ଅକାମୀ ହୋଇ ପଡ଼ିଥିବା ସୂଚନା ପ୍ରଥମେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ହିଁ ପ୍ରକାଶ କରିଥିଲା।

ଜନଗଣଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିପାରିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଅସ୍ତ୍ର ଭାବେ ବହୁ ପରିବେଶବିତ୍ ବିବେଚନା କରିଥାନ୍ତି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଏକ ହିନ୍ଦୀ ସମ୍ବାଦପତ୍ର 'ନୟି ଦୁନିଆ' ମଧ୍ୟପ୍ରଦେଶ ମାଣ୍ଡାସୁର ଜିଲ୍ଲା ଶ୍ରମିକଙ୍କ ଦୁର୍ଦ୍ଦଶା ଉନ୍ମୋଚିତ କରିଥିଲା। ଚୁନପଥର ଗୁଣ୍ଡ ପ୍ରଭାବରେ ଏହି ଶ୍ରମିକମାନେ ଆକ୍ରାନ୍ତ ହୋଇଥିଲେ। ପରିବେଶବିତ୍‌ମାନେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହଯୋଗରେ ଏହି ଶ୍ରମିକଙ୍କ ପାଇଁ ଆର୍ଥିକ ଓ ଚିକିତ୍ସା ସହାୟତା ଯୋଗାଡ଼ କରିପାରିଥିଲେ।

ପରିବେଶବିତ୍‌ମାନେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉତ୍ଥାପନ କରିବା ସମୟରେ ସ୍ୱାଭାବିକ ଭାବେ ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଜଡ଼ିତ ରହିଥାନ୍ତି, ଯାହା ଜନତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିଥାଏ। ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଯେତେ ନାଟକୀୟ ହୁଏ ସେତେ ଅଧିକ ବିବାଦ ସୃଷ୍ଟି ହୁଏ, ଯାହା ଗଣମାଧ୍ୟମର ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିଥାଏ। ଦୁର୍ଭାଗ୍ୟଜନକ ବିଷୟ ଯେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମସ୍ୟା ବା ପ୍ରସଙ୍ଗର ଗଭୀରତାକୁ ପ୍ରବେଶ କରି ସମାଧାନ ମାର୍ଗ ବାହାର କରିବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ଏହି ପ୍ରତିବାଦ ପ୍ରକ୍ରିୟା ପ୍ରତି ଅଧିକ ଦୃଷ୍ଟି ଦେଇଥାନ୍ତି।

୨.୬ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ମାନବିକ ଅଧିକାର

ବିଶ୍ୱର ପ୍ରତ୍ୟେକ ଜନତା କେତେକ ଯୁକ୍ତିଯୁକ୍ତ ସୁବିଧାସୁଯୋଗ ଦାବି କରିବା ନିମନ୍ତେ ଯେଉଁ ଅଧିକାରପ୍ରାପ୍ତ ତାହାକୁ ମାନବିକ ଅଧିକାର କୁହାଯାଇଥାଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଜନତାଙ୍କର ସମ୍ମାନର ସହ ଜୀବନ ଧାରଣ ଏକ ମୌଳିକ ମାନବିକ ଅଧିକାର ଭାବେ ବିବେଚିତ ହୋଇଥାଏ।

ସଂପ୍ରତି ଆମେ ଯେଉଁ ମାନବିକ ଅଧିକାର ବିଷୟ କହୁଛେ ତାହା ୧୭୭୬ ମସିହାରେ ଆମେରିକାର ସ୍ୱାଧୀନତା ଘୋଷଣା ଏବଂ ଫ୍ରାନ୍ସର ମାନବିକ ଅଧିକାର ଘୋଷଣାନାମା ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଏକ ରୂପ ନେଇଥିଲା।

ଜାତିସଂଘର ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ମାନବିକ ଅଧିକାର ଘୋଷଣାନାମା ୧୯୪୮ ମସିହା ଡିସେମ୍ବର ମାସ ୧୦ ତାରିଖରେ ଗୃହୀତ ହୋଇଥିଲା। ବର୍ତ୍ତମାନ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଏହାହିଁ ମାନବିକ ଅଧିକାର ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ସରକାରୀ ଦସ୍ତାବିଜ୍। ଏଥିରେ ଅର୍ଥନୈତିକ, ସାମାଜିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ ଅଧିକାର ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି। ରାଜନୈତିକ ଓ ନାଗରିକ ଅଧିକାର ସହ ସ୍ୱାଧୀନତା ମଧ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି।

ବିଶ୍ୱରେ ଘଟୁଥିବା ହୀନ ଓ ଜଘନ୍ୟ ଅପରାଧ ମାନବିକ ଅଧିକାରର ଅବମାନନା ବୋଲି ଜାତିସଂଘ ଘୋଷଣାନାମାର ମୁଖବନ୍ଧରେ ସଠିକ୍ ଭାବେ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଛି।

ମହିଳା ଓ ପୁରୁଷଙ୍କ ସମାନ ଅଧିକାର ଏବଂ ମାନବିକ ମୂଲ୍ୟ ପ୍ରତି ମିଳିତ ଜାତିସଂଘ ଆସ୍ଥା ପ୍ରକଟ କରିଛି। ଏହି ଘୋଷଣାନାମାରେ ଅନୁକୂଳ ପରିବେଶରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ଓ ବେରୋଜଗାରୀ ବିରୋଧରେ ସୁରକ୍ଷାକୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଅଧିକାର ଭାବେ ମଞ୍ଜୁରି ଦିଆଯାଇଛି। ଆଇନ ସମ୍ମୁଖରେ ସମସ୍ତେ ସମାନ ଏବଂ ସମାନ ସୁରକ୍ଷା ପାଇବା ପାଇଁ ହକ୍‌ଦାର। ନିଜର ଓ ପରିବାରର ଉତ୍ତମ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକର ଜୀବନ ସହ ସାଧାରଣ ଜୀବନ ଧାରଣର ଅଧିକାର ପ୍ରତି ଘୋଷଣାନାମାରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଗୁରୁତ୍ୱ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି। ଖାଦ୍ୟ, ବସ୍ତ୍ର, ଗୃହ, ଚିକିତ୍ସା ସୁବିଧା ଓ ଆବଶ୍ୟକ ସାମାଜିକ ସେବାକୁ ମଧ୍ୟ ଏହି ଅଧିକାରଭୁକ୍ତ କରାଯାଇଛି।

ଏହା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ ଏହି ଅଧିକାର ବିଶ୍ୱବ୍ୟାପୀ ଗ୍ରହଣୀୟ। କିନ୍ତୁ ଏହା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିବା କ୍ଷେତ୍ରରେ ଅଦ୍ୟାବଧି ଏକ ସଫଳ ବ୍ୟବସ୍ଥାର ବିକାଶ କରାଯାଇପାରି ନାହିଁ। ଏହି କାରଣରୁ ବିଶ୍ୱ ଜନତାଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ବ୍ୟାପକ ଅସମାନତା ରହୁଛି। ଏପରିକି ଗୋଟିଏ ରାଷ୍ଟ୍ର ମଧ୍ୟରେ ଜାତି, ଧର୍ମ ଶ୍ରେଣୀ, ସଂପତି ଓ ଲିଙ୍ଗଗତ ଅସମାନତା ରହୁଥିବା ଦେଖାଯାଉଛି। ଭାରତରେ ଏପ୍ରକାର ମନୋଭାବ ସ୍ୱାଭାବିକ। କାରଣ ଭାରତର ସାମାଜିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ କଠୋର ଜାତିପ୍ରଥା ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଛି।

ମିଳିତ ଜାତିସଂଘ ଦୁଇଟି ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ଘୋଷଣାନାମା ମଧ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କରିଛି ଯାହା ୧୯୭୬ ମସିହାରୁ ବଳବତ୍ତର ରହିଛି। ଏଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ଅର୍ଥନୈତିକ, ସାମାଜିକ ତଥା ସାଂସ୍କୃତିକ ଅଧିକାର। ଏଥିସହ ନାଗରିକ ଓ ରାଜନୈତିକ ଅଧିକାର ମଧ୍ୟ ରହିଛି।

ଭାରତ ମଧ୍ୟକୁ ବାଂଲାଦେଶୀ ଶରଣାର୍ଥୀଙ୍କ ଅନୁପ୍ରବେଶ, ଦକ୍ଷିଣ ଆଫ୍ରିକାରେ ବର୍ଣ୍ଣବୈଷମ୍ୟ ବିରୋଧରେ ହିଂସ୍ର ସଂଗ୍ରାମ, ପୂର୍ବତନ ସୋଭିଏତ ସଂଘରେ ଅନ୍ୟ ଧର୍ମ ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ନାଗରିକଙ୍କ ପ୍ରତି ଦମନମୂଳକ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଆଦି ବିଶ୍ୱରେ ମାନବିକ ଅଧିକାର ଉଲ୍ଲଘଂନର କିଛି ଉଦାହରଣ।

ରାଷ୍ଟ୍ର ସର୍ବଦା ଠିକ୍ ହୋଇନପାରେ। ରାଷ୍ଟ୍ରଶକ୍ତିର ମନମୁଖୀ ପ୍ରୟୋଗ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପାଇଁ ବାରମ୍ବାର ଅପ୍ରିୟ ସାବ୍ୟସ୍ତ ହୋଇଛି। ଏକଥା ମନେ ରଖିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ଯେ, ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ପ୍ରଶାସନ ରାଷ୍ଟ୍ର ଶକ୍ତିର ଅପବ୍ୟବହାର କରିପାରେ। ଏଣୁ ସରକାରୀ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା ପ୍ରତି ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀ ସଂସ୍ଥା ବେଳେବେଳେ ଜାଗ୍ରତ ପ୍ରହରୀ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି। ଏପରି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଷ୍ପତ୍ତିମୂଳକ ଭୂମିକା ତୁଲାଇଥାଏ।

ତେବେ ଏକଥା ଦେଖାଉଛି ଯେ, ମାନବିକ ଅଧିକାର ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣ କରିବା ସମୟରେ କ୍ଷମତାର ପକ୍ଷ ଅର୍ଥାତ ପ୍ରଶାସନର ପକ୍ଷ ନେଉଛନ୍ତି। ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ କ୍ଷମତାର ଏଜେଣ୍ଟ ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ। ଏହା ସମାଜରେ ସ୍ଥିତାବସ୍ଥା ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ସମାଜର ଶକ୍ତିଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତି ଓ ସଂଭ୍ରାନ୍ତଙ୍କୁ ସମର୍ଥନ ଯୋଗାଇଥାଏ। ଇରାକ ଉପରେ ଆମେରିକାର ବୋମାମାଡ଼ ସମୟରେ ବିଶ୍ୱ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଆମେରିକାର ଏହି ସାଂଘାତିକ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦର୍ଶନକୁ ବିରୋଧ କରିନଥିଲା। ସେହିପରି ଭାରତୀୟ ସମ୍ବିଧାନ ପ୍ରଦତ୍ତ ଏକାଧିକ ଅଧିକାର ମଧ୍ୟରେ ସମ୍ମାନଜନକ ଭାବେ ବଞ୍ଚିବାର ଓ ରୋଜଗାର କରିବାର ଅଧିକାର ରହିଛି। ସମ୍ବିଧାନର ୪ର୍ଥ ସର୍ଗରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଭାରତୀୟ ନାଗରିକଙ୍କୁ ଆର୍ଥିକ, ସାମାଜିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ ଅଧିକାର ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି। କିନ୍ତୁ ଏହା ଆଇନସମ୍ମତ ନୁହେଁ, ଅର୍ଥାତ ଏହି ଅଧିକାରଗୁଡ଼ିକର ଉଲ୍ଲଘଂନ ଆଇନ ଦ୍ୱାରା ସମାଧାନ କରାଯାଇପାରିବ ନାହିଁ।

ଦେଶରେ ନିର୍ବାଚନ ଠିକ୍ ଭାବେ ଅନୁଷ୍ଠିତ ହେବା କେନ୍ଦ୍ର ଓ ରାଜ୍ୟ ସରକାରଙ୍କ ସଫଳତା ବୋଲି ବିବେଚନା କରାଯାଇଥାଏ। ଆମର ମୌଳିକ ଅଧିକାର ୧୯୭୫-୭୬ ଜରୁରୀକାଳୀନ ପରିସ୍ଥିତି ସମୟରେ ଥରେ ବାତିଲ କରାଯାଇଥିଲା। ଏହି ଘଟଣାଗୁଡ଼ିକୁ ବାସ୍ତବରେ ମାନବିକ ଅଧିକାର ଭାବେ ସମର୍ଥନ କରୁଥିବା ବ୍ୟବସ୍ଥାକୁ ଏକ କାର୍ଯ୍ୟଶୀଳ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା କୁହାଯାଇଥାଏ ।

ନାଗରିକର ମୌଳିକ ମାନବିକ ଅଧିକାର ସୁରକ୍ଷା ନିମନ୍ତେ ଭାରତୀୟ ସମ୍ବିଧାନ ଆବଶ୍ୟକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଗ୍ରହଣ କରିଛନ୍ତି। ଦେଶରେ ମାନବିକ ଅଧିକାର ପରିସ୍ଥିତି ଉପରେ ନଜର ରଖିବା ପାଇଁ ଏକାଧିକ ସଂସ୍ଥା ରହିଛନ୍ତି। ସଂସଦ ବା ବିଧାନସଭାରେ ଏଥିନେଇ ବିରୋଧୀ ଦଳ ନିକଟରେ ସରକାର ଉତ୍ତରଦାୟୀ ରହିଥାନ୍ତି। ସମ୍ବିଧାନ ପ୍ରଦତ୍ତ ମାନବିକ ଅଧିକାର ବ୍ୟବସ୍ଥା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ଦିଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପରିସ୍ଥିତିର ଅନୁଧ୍ୟାନ କରିବା ଆଶା କରାଯାଏ। ମାନବିକ ଅଧିକାର ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଏହା ଦୃଢ଼ ଜନମତ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବ। ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ଜନସାଧାରଣ ଓ ଅନୁଷ୍ଠାନକୁ ସେମାନେ ସହାୟତା ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବେ। ଏହି ଦାୟିତ୍ୱ ତୁଲାଇବା ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜେ ବିଭ୍ରାନ୍ତ ହେବା ବା ଜନତାଙ୍କୁ ବିଭ୍ରାନ୍ତ କରିବାରୁ ନିବୃତ୍ତ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ।

୨.୭ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୧) ପରିବେଶ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଜନ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି ଦିଗରେ ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ କେତେ ସଫଳ ? ଉଦାହରଣ ସହ ବୁଝାଅ ।

୨) ଭାରତରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କେନ୍ଦ୍ର ସରକାର ଓ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ସଂଭ୍ରାନ୍ତ ବର୍ଗର ଏଜେଣ୍ଟ କି ? ଆପଣଙ୍କ ମତ କଣ ?

୩) ଲିଙ୍ଗଭେଦ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ପାରମ୍ପରିକ ଧାରଣାକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦୃଢ଼ୀଭୂତ କରିଥାଏ। ଏଥିସହ ଆପଣ ଏକମତ କି ? ଯଦି ହଁ କଣ ପାଇଁ ଓ ଯଦି ନା କଣ ପାଇଁ ?

୪) ଶିଶୁଙ୍କ ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର କ୍ଷତିକାରକ ପ୍ରଭାବ ସଂପର୍କରେ ନିଜର ଦୈନନ୍ଦିନ ଅନୁଭୂତିରୁ ୨ଟି ଉଦାହରଣ ଦିଅ ।

ତୃତୀୟ ଏକକ : ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନୈତିକତା

ବିଷୟ ଗଠନ :

୩.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୩.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା
୩.୩ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଓ ନୈତିକତା
୩.୩.୧ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
୩.୩.୨ ନିଷ୍ଠା, ସତ୍ୟବାଦିତା, ନିର୍ଭୁଲ
୩.୩.୩ ଶାଳୀନତା
୩.୩.୪ ନିରପେକ୍ଷତା
୩.୩.୫ ନିର୍ବୋଧ ବ୍ୟବସାୟକରଣ
୩.୩.୬ ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟକର
୩.୩.୭ ବ୍ୟକ୍ତି ଗୋପନୀୟତା
୩.୩.୮ ଅଶ୍ଳୀଳତା
୩.୪ ସ୍ୱାର୍ଥଗତ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ
୩.୫ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ନୈତିକତା ଓ ମାନ
୩.୬ ନୈତିକତାର ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ
୩.୬.୧ ନୈତିକ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱର ସମାଧାନ
୩.୬.୨ ଆଦ୍ୟ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା
୩.୭ ପେଶାଦାର ସାମ୍ବାଦିକ ସୋସାଇଟି: ଆଚରଣ ବିଧି
୩.୭.୧ ଅନିଷ୍ଟ ହ୍ରାସ
୩.୭.୨ ନିରପେକ୍ଷ କାର୍ଯ୍ୟ
୩.୭.୩ ଉତ୍ତରଦାୟ
୩.୮ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୩.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ନୈତିକବୋଧ ସାମ୍ବାଦିକତା ସମୟରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ସମସ୍ୟା ସଂପର୍କରେ ଏହି ପରିଚ୍ଛେଦରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଛି । ଏଥିରୁ ସାମ୍ବାଦିକତାର ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଓ ନୈତିକତା ସଂପର୍କରେ ଏକ ସଠିକ୍ ଧାରଣା ମିଳିପାରିବ । ଏହି ଅଧ୍ୟାୟ ଶେଷରେ ବିଦ୍ୟାର୍ଥୀମାନେ ନିମ୍ନ ବିଷୟରେ ଜାଣିପାରିବେ ।

- ପେଶାଦାର ସାମ୍ବାଦିକତାର ମୂଲ୍ୟବୋଧ ସଂପର୍କରେ ଉଚିତ୍ ଧାରଣା
- ସାମ୍ବାଦିକତା ବୃତ୍ତିରେ ନୈତିକତା ପ୍ରସଙ୍ଗ

୩.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା

ନୈତିକତା ଯେକୌଣସି ବୃତ୍ତିର ଏକ ଅଂଶ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ସେହି ଅନୁଯାୟୀ 'ଚତୁର୍ଥ ସ୍ତମ୍ଭ'ର ଭାବମୂର୍ତ୍ତି ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୃତ୍ତିଜୀବୀମାନେ ମଧ୍ୟ ଏହା ଅନୁସରଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

ୱେବ୍‌ଷ୍ଟର ନ୍ୟୁ ୱାର୍ଲଡ଼ ଶବ୍ଦକୋଷ ଅନୁଯାୟୀ ନୈତିକତା ହେଉଛି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବ୍ୟକ୍ତି, ଧର୍ମ, ଗୋଷ୍ଠୀ ଓ ବୃତ୍ତିଧାରୀଙ୍କ ନିମନ୍ତେ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଏକ ନୈତିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ବା ଆଚରଣ ବିଧି । ମାକ୍ୱାରୀ ଶବ୍ଦକୋଷ ମତରେ ନୀତି ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଏହା ଏକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଯାହା ମାଧ୍ୟମରେ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଭୁଲ କି ଠିକ୍, ଭଲ କି ମନ୍ଦ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରଯାଇଥାଏ । କେତେକ ପରିସ୍ଥିତିରେ ଆମକୁ କଣ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ତାହା ନୈତିକତା ସୂଚୀତ କରିଥାଏ । ଜଣେ ବୃତ୍ତିଜୀବୀ ଏବଂ ଜଣେ ଅଂଶୀଦାର ଭାବେ ଆମକୁ କଣ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ତାହା ନୈତିକତା ଜଣାଇଥାଏ ।

ଅସାଧାରଣ ଓ ପରିବର୍ତ୍ତିତ ପରିସ୍ଥିତିରେ ନୈତିକତାର ମାନ ଓ ନିୟମ ଅନୁସରଣ କରିବା କଷ୍ଟକର । ସମସ୍ୟା ଓ ବିବାଦ ପରିସ୍ଥିତିରେ ଆବଶ୍ୟକ ହେଲେ ନୂଆ ଓ ଉତ୍ତମ ନିୟମାବଳୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇପାରେ । ଏହି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ନୈତିକତାକୁ ଏକ ପ୍ରକ୍ରିୟା ବୋଲି ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇପାରେ ।

୩.୩ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଓ ନୈତିକତା

ରାଷ୍ଟ୍ରର ନାଗରିକଙ୍କ ପାଇଁ ଯେଉଁଭଳି ସରକାରୀ ଆଇନ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହୋଇଥାଏ ସେହିପରି ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଏହା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହୋଇଥାଏ । ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ତ୍ରୁଟି ଓ ମାତ୍ରାଧିକ କାର୍ଯ୍ୟର ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ପାଇଁ ସଂସଦ ଅବମାନନା, ଅଦାଲତ ଅବମାନନା, ମାନହାନୀ ଆଇନ ଆଦି ବଳବତ୍ତର ରହିଛି ।

ବିଭିନ୍ନ ସୂତ୍ରରୁ ଖବର ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଇ ପ୍ରକାଶିତ ହେବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ କେତେକ ନୀତି ଅନୁସୃତ କରାଯାଇଥାଏ । ଖବର ସଂଗ୍ରହ ଓ ପ୍ରକାଶ କ୍ଷେତ୍ର ସହ ଜଡ଼ିତ ନୀତିକୁ ନୈତିକତା କୁହାଯାଇଥାଏ ।

ନିଜ କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ପାଳନ ସମୟରେ ସାମ୍ବାଦିକ କିଛି ନୀତି ଅନୁସରଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯାହାକୁ ବୃତ୍ତିଗତ ନୈତିକତା ବୋଲି କୁହାଯାଇପାରିବ । ନୈତିକତା କାହାରି ଉପରେ ଲଦି ଦିଆଯାଇ ପାରିବ ନାହିଁ । କିନ୍ତୁ ପ୍ରତ୍ୟେକ ବୃତ୍ତିଧାରୀ କିଛି ଆଚରଣ ବିଧି ପାଳନ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ଯାହା ଅନୁସୃତ ନିୟମାବଳୀ ଭାବେ ବିବେଚିତ

ହୋଇଥାଏ । ପ୍ରତ୍ୟେକ ବୃତ୍ତି ପାଇଁ ନୈତିକତା ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ । ବୃତ୍ତିଗତ କ୍ଷମତା ଓ ସୁଯୋଗର ଅପବ୍ୟବହାର ତଥା ଅନିୟନ୍ତ୍ରିତ ଉପଯୋଗ ପ୍ରତି ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଲଗାଇବା ପାଇଁ ଆଚରଣ ବିଧି ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ । ଭାରତରେ ବହୁ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ସଂସ୍ଥା ନିଜନିଜ କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ନିଜସ୍ୱ ଆଚରଣବିଧି ପ୍ରଣୟନ କରିଛନ୍ତି ।

ସମୟ ଥିଲା ଯେତେବେଳେ ସାମ୍ବାଦିକତାକୁ ଆଦର୍ଶ ବୃତ୍ତି ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥିଲା । ଅସି ଉପରେ ମସି ଶକ୍ତିକୁ ଜାହିର କରାଯାଇ ପାରୁଥିଲା । ସଂପ୍ରତି ସାମ୍ବାଦିକତା ବୃତ୍ତିକୁ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ବୃତ୍ତି ପରି ଏକ ବୃତ୍ତି ଭାବେ ସମାଜ ଗ୍ରହଣ କରୁଛି । ରେଟିଂ ଓ ପ୍ରସାରଣରେ ଆଗକୁ ଯିବା ପାଇଁ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା କରୁଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାକୁ ସଂପ୍ରତି ବ୍ୟବସାୟିକ ଉଦ୍ୟୋଗ ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଉଛି । ଇଲେକଟ୍ରୋନିକ୍‌ସ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଜନପ୍ରିୟତା ବୃଦ୍ଧି ସହ ମନୋରଞ୍ଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରତି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯିବାରୁ ଅସୁସ୍ଥ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା ପାଇଁ ବାଟ ଫିଟିଥିଲା । ଏପ୍ରକାର ପରିସ୍ଥିରେ ସତ୍ତ୍ୱେ ସାମ୍ବାଦିକମାନେ କିଛି ମୌଳିକ ଆଚରଣବିଧି ମନରେ ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୩.୩.୧ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏକ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବା ଚ୍ୟାନେଲ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ରାଜନୈତିକ ଦଳ ଅଥବା ବ୍ୟବସାୟିକ ସଂସ୍ଥା ସହ ଅନୁବନ୍ଧିତ ରହିଥାଇପାରେ । କିନ୍ତୁ ସମ୍ବାଦ ସଂଗ୍ରହ ଓ ପ୍ରକାଶନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଏହା ପ୍ରତିଫଳିତ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ସେହିପରି ସାମ୍ବାଦିକର ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ମତ ଯେପରି ସମ୍ବାଦର ଅଂଶବିଶେଷ ନହୁଏ ସେଥିପ୍ରତି ସାମ୍ବାଦିକ ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରିବା ଉଚିତ୍ । ସଠିକ୍‌ତା ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ ସମ୍ବାଦ ଓ ମତାମତ ଅଲଗା ରଖିବା ପ୍ରତି ସାମ୍ବାଦିକ ଦୃଷ୍ଟି ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ । କେତେକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ସ୍ୱାର୍ଥ ଓ କେତକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ସ୍ୱାର୍ଥ ସମାନ ହୋଇନପାରେ । ଏକ୍ଷେତ୍ରରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ସ୍ୱାର୍ଥ ତୁଳନାରେ ଜନସ୍ୱାର୍ଥକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ।

୩.୩.୨ ନିଷ୍ଠା, ସତ୍ୟବାଦିତା, ନିର୍ଭୁଲ

ପାଠକଙ୍କ ସହ ଉତ୍ତମ ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ହିଁ ସମ୍ମାନଯୋଗ୍ୟ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଭିତ୍ତିଭୂମି ପକାଇଥାଏ । ଏକ ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ଉତ୍ତମ ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ହିଁ ଏହାକୁ ସତ୍ୟବାଦୀ ହେବାକୁ ବାଧ୍ୟ କରିଥାଏ । ଖବରର ପୂର୍ଣ୍ଣତା ଓ ସତ୍ୟତା ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ବାହାରକୁ ଯିବା ଅକ୍ଷମଣୀୟ । ଏହି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମାନଗୁଡ଼ିକ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ମଧ୍ୟରେ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୩.୩.୩ ଶାଳୀନତା

ସାମ୍ବାଦିକ ସଂଯୋଜନା କରୁଥିବା ଶବ୍ଦାବଳୀ ଓ ଚିତ୍ର ପ୍ରତି ନୈତିକ ଦାୟିତ୍ୱବୋଧ ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଅଗ୍ନିକାଣ୍ଡ, ଦୁର୍ଘଟଣା, ଯୌନାଚାର ଆଦି ଘଟଣାରେ କେବଳ ନିରୋଳା ଖବର ବ୍ୟତୀତ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ବର୍ଣ୍ଣନା ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଇପାରିବ । ହିଂସା ଓ ଅଶ୍ଳୀଳତାକୁ ସମ୍ବାଦରେ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରାଯାଇପାରିବ ନାହିଁ । ଶିଶୁଙ୍କ ନୈତିକ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ଦେବାକୁ ପଡ଼ିବ । ତେଣୁ ସମାଜ ଓ ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ସୁହାଇଲା ପରି ରୁଚିପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥା ଶାଳୀନ ଶବ୍ଦ ଉପଯୋଗ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ।

୩.୩.୪ ନିରପେକ୍ଷତା

ଖବର ଓ ମତାମତ ମଧ୍ୟରେ ଫରକ ରହିଥାଏ। ଖବର ଯେକୌଣସି ମତାମତରୁ ଉର୍ଦ୍ଧ୍ୱରେ ରହିଥାଏ। କିନ୍ତୁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ପ୍ରବନ୍ଧ ପ୍ରକାଶନ ଦିଗରେ ଏହି ନିୟମାବଳୀ ଅନୁସୃତ ହୋଇନଥାଏ। ପ୍ରବନ୍ଧରେ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଉଥିବା ମତାମତକୁ ଲେଖକ ନିଜ ସ୍ୱାକ୍ଷର ମାଧ୍ୟମରେ ଅନୁମୋଦିତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏଥିରେ ଲେଖକ ନିଜସ୍ୱ ବାଖ୍ୟା ଓ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ଉପସ୍ଥାପନା କରିପାରିବେ। କିନ୍ତୁ ସମ୍ବାଦ ଉପସ୍ଥାପନାରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ପକ୍ଷ ମଧ୍ୟ ସନ୍ତୁଳନ ରକ୍ଷା କରାଯିବା ଉଚିତ୍।

୩.୩.୫ ନିର୍ବୋଧ ବ୍ୟବସାୟକରଣ

ଅନ୍ୟର ଅସୁବିଧା ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ନଦେଇ କେବଳ ଅର୍ଥ ଉପାର୍ଜନ ଓ ଲାଭଖୋର ମନୋଭାବ ନେଇ ବିରୋଧ ପକ୍ଷ ସହ ତଣ୍ଟିକଟା ବ୍ୟବସାୟିକ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତାର ଧାରାକୁ ନିର୍ବୋଧ ବ୍ୟବସାୟକରଣ ବୋଲି କୁହାଯାଏ। ଲାଭ ଅର୍ଜନ ସମସ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ଅଧିକାର। କିନ୍ତୁ କେବଳ ଅର୍ଥ ରୋଜଗାର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ମୁଖ୍ୟ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ। ଅଧିକ ଲାଭ ପାଇଁ ଦୁର୍ନୀତି ପନ୍ଥା ଅନୁସରଣ କରିବା ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପକ୍ଷେ ଅନୁଚିତ। ଅଶ୍ଳୀଳ ଦୃଶ୍ୟ, ଛବି, ଲେଖା ପ୍ରକାଶ କରି ସାମ୍ବାଦିକ ଅନୀତି ଧାରାରେ ପରିଚାଳିତ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ। କାରଣ ଏପ୍ରକାର ପ୍ରକାଶନ କିଶୋର ଓ ଶିଶୁ ମାନସିକତାକୁ ନଷ୍ଟ କରିଥାଏ। ଏଥିପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ଦିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ।

୩.୩.୬ ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟକର

ନୈତିକ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ଘଟଣାର ଅତିରଞ୍ଜନକୁ ଏଡ଼ାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ମୁଖ୍ୟତଃ ସାଂପ୍ରଦାୟିକ ଦଙ୍ଗା ଓ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ସମୟରେ ତାଜା ଖବର ଜାଣିବା ପାଇଁ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମନରେ ଉତ୍କଣ୍ଠା ଓ ଆବେଗ ଦେଖାଦେଇଥାଏ। ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଏହି ଆକାଂକ୍ଷାରୁ ଫାଇଦା ଉଠାଇବା ନିମନ୍ତେ ଉଦ୍ୟମ କରିବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ଖବର ଏପରି ଢ଼ଙ୍ଗରେ ପ୍ରକାଶ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ଯଦ୍ୱାରା ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ସମୟରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମନରେ ଭୟ ସୃଷ୍ଟି ହେବ ନାହିଁ କି ଗୋଷ୍ଠୀ ସଂଘର୍ଷ ଉଗ୍ର ରୂପ ନେବ ନାହିଁ।

୩.୩.୭ ବ୍ୟକ୍ତି ଗୋପନୀୟତା

ଅସ୍ୱସ୍ତିକର ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସୂଚନା ପ୍ରକାଶ, ଜଣଙ୍କ ମୁହଁ ନିକଟରେ ମାଇକ୍ରୋଫୋନ ଗୁଞ୍ଜିବା ଆଦି ବ୍ୟକ୍ତି ଗୋନୀୟତାହ ଉଲ୍ଲଙ୍ଘନ କରିଥାଏ। ଅନୁମତି ବ୍ୟତୀରକେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଜୀବନ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସୂଚନା ଓ ଫଟୋ ପ୍ରକାଶନ ବା ପ୍ରସାରଣ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ। କିନ୍ତୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଗୋପନୀୟତାର ଅଧିକାର ମଧ୍ୟରେ ଯଦି କିଛି ବୃହତ୍ତର ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ବିଷୟ ରହିଥାଏ ତାହାଲେ ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଏହାର ପ୍ରକାଶନ କରାଯାଇପାରେ। ଏଥିସହ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଜୀବନ ପ୍ରତି ସମ୍ମାନବୋଧ ସୁରକ୍ଷିତ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହାକୁ ନିରଙ୍କୁଶ ଅଧିକାର ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରିପାରିବେ ନାହିଁ।

୩.୩.୮ ଅଶ୍ଳୀଳତା

କାମୁକ ସ୍ୱାର୍ଥ ସହ ଜଡ଼ିତ ଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ଅଶ୍ଳୀଳତା ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ। ଏଥିରେ ଯୌନାଚାର ବିରକ୍ତିକର ଭାବେ ବର୍ଣ୍ଣନା ବା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯାଇଥାଏ। ଅଶୋଭନୀୟ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଶବ୍ଦ, ଛବି ଓ କାର୍ଯ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯିବା ଘଟଣା ଅଶ୍ଳୀଳ ବିବେଚିତ ହୋଇଥାଏ। ଅପରାଧ ଓ ମହିଳାଙ୍କ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଖବର ପ୍ରକାଶନ ସମୟରେ ଅଶ୍ଳୀଳ ଶବ୍ଦ ଓ ବର୍ଣ୍ଣନା ଏଡ଼ାଇବା ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ଦୃଷ୍ଟି ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ।

୩.୪ ସ୍ୱାର୍ଥଗତ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ

ସଂପ୍ରତି ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରତି ଅସନ୍ତୋଷ ବୃଦ୍ଧି ପାଉଥିବା ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ସ୍ୱାର୍ଥଗତ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ପରିହାର କରିବା ଆବଶ୍ୟକ। ସ୍ୱାର୍ଥଗତ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ଏପରି ଏକ ପରିସ୍ଥିତି ଯେତେବେଳେ ବୃତ୍ତିଗତ, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ, ଆର୍ଥିକ ଓ ସ୍ୱାର୍ଥ ପରସ୍ପର ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା କରିବା ସହ ସାମ୍ବାଦିକର ବାସ୍ତବ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଓ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସହ ମଧ୍ୟ ପ୍ରତିଯୋଗିତା କରିଥାନ୍ତି।

- ବନ୍ଧୁ ଓ ପରିବାର ସଦସ୍ୟଙ୍କ ସଂପର୍କରେ ଲେଖା : ପରିବାର ସଦସ୍ୟ ଓ ବନ୍ଧୁଙ୍କ ସଂପର୍କରେ ଲେଖିବା ବା ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ନେବା ପାଇଁ କିଛି ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଏହାର ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ବାରଣ କରିଥାନ୍ତି। ଯଦି ସାମ୍ବାଦିକ ଏ ବାବଦରେ ଉନ୍ମୁକ୍ତ ତାହାଲେ ଏଥିରେ କିଛି ବ୍ୟତିକ୍ରମ ରହିପାରେ। ଯଦି ଏହା ଆତ୍ମଜୀବନୀ ବା ସ୍ମରଣିକା ହୁଏ ତାହାଲେ ଠିକ୍। ଏଠି ମଧ୍ୟ ଅନୁକଂପା ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠେ, ସାମ୍ବାଦିକ ସ୍ୱଚ୍ଛ ହେବା ସହ ଆତ୍ମଜୀବନୀର ଲେଖକଙ୍କ ସହ ନିଜ ସଂପର୍କ ପରିପ୍ରକାଶ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ। ବିଶେଷ ବା ନମୁନା ମତାମତ ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ଯଦି ଦାୟିତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ ତାହାଲେ ଏହି ସୂତ୍ର ତାଙ୍କର ସଂପର୍କୀୟ ହୋଇନଥିବା ଆବଶ୍ୟକ। ସାମ୍ବାଦିକ ଯାହା ଲେଖୁଛନ୍ତି ସେ ସଂପର୍କରେ ସୂତ୍ରର କିଛି କହିବାର ନାହିଁ ବୋଲି ଯଦି ସାମ୍ବାଦିକ ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି ଦେବେ ତାହାଲେ ସଂପର୍କୀୟ ସୂତ୍ରକୁ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇପାରେ। ସୂତ୍ର ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ବନ୍ଧୁ ହୋଇଥିବାରୁ ଏଥିରୁ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ କିଛି ଫାଇଦା ହେବ କି ? ତେଣୁ ବନ୍ଧୁ ଓ ସଂପର୍କୀୟଙ୍କୁ ପ୍ରବନ୍ଧ ଲେଖା ପରିସରରୁ ଦୂରେଇ ରଖିବା ସାଧାରଣତଃ ଏକ ଉତ୍ତମ ଚିନ୍ତାଧାରା।
- ପ୍ରେସ ଆମୋଦପ୍ରମୋଦ : ଅଧିକାଂଶ ଖ୍ୟାତନାମା ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ପ୍ରେସ ଆମୋଦପ୍ରମୋଦରେ ନିଜ ଖବରଦାତାଙ୍କ ଅଂଶଗ୍ରହଣକୁ ବାରଣ କରିଥାନ୍ତି। ଏହି ଆମୋପ୍ରମୋଦ ମଧ୍ୟରେ ଭ୍ରମଣ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ। ଯେଉଁ ସଂସ୍ଥା ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ଲେଖନ୍ତି ସଂପୃକ୍ତ ସଂସ୍ଥା ଭ୍ରମଣ ପାଇଁ ଟିକେଟ ଯୋଗାଇ ଦେଇଥାନ୍ତି। ଏହା ମଧ୍ୟରେ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ଷ୍ଟୁଡ଼ିଓ, ଇଲେକଟ୍ରୋନିକ୍ସ କଂପାନୀ, ସରକାରୀ ସଂସ୍ଥା ଆଦି ରହିଥାନ୍ତି।
- ଆତିଥ୍ୟ ଗ୍ରହଣ : କଂପାନୀର ସିଇଓଙ୍କ ସାକ୍ଷାତାକାର ଯଦି କଂପାନୀ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ବା ବାସଭବନରେ ସାମ୍ବାଦିକ ଗ୍ରହଣ କରୁଥାନ୍ତି ତାହାଲେ ମୃଦୁ ପାନୀୟ ବା ସାଣ୍ଡୱିଚ ଗ୍ରହଣ ଚଳିବ। କିନ୍ତୁ ଏକ ଭୋଜନାଳୟରେ ଖାଦ୍ୟ ଓ ପାନୀୟ ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ନିଜେ ଦେୟ ଭରଣା କରିବା ଉଚିତ୍। ମଦ୍ୟପାନ କାର୍ଯ୍ୟ ସମୟରେ

ସମସ୍ୟା ସୃଷ୍ଟି କରିପାରେ। ମହାବିଦ୍ୟାଳୟ ପରିସରରେ ମଦ୍ୟପାନ ସମସ୍ୟା ସଂପର୍କରେ ଅନୁଧ୍ୟାନ କରିବାକୁ ଯାଇଥିବା ସାମ୍ବାଦିକ ମଦ୍ୟପାନ ଖେଳରେ ସମିଲ ହୋଇଥିବା ଯୋଗୁଁ ୨୦୦୫ ମସିହାରେ କାଲାମାଜୋ ଗେଜେଟ୍ ନିଜ ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ଫଟୋଗ୍ରାଫରଙ୍କୁ ଚାକିରୀରୁ ବରଖାସ୍ତ କରିଥିଲେ।

- ଉପହାର : ସମ୍ବାଦର ଉତ୍ସ ବା ଯାହା ସଂପର୍କରେ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଇଥାଏ ସେଠାରୁ ସାମ୍ବାଦିକ ଉପହାର ଗ୍ରହଣ କରିବା ଅନୁଚିତ୍। ବେଳେବେଳେ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରକାଶ ପାଇବା ପରେ ଉତ୍ସ ପକ୍ଷରୁ ପ୍ରଶଂସାସୂଚକ ଉପହାର ପଠାଯାଇଥାଏ। ଏପ୍ରକାର ଉପହାର ଗ୍ରହଣ ନିମନ୍ତେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ନିଜସ୍ୱ ନୀତି ରହିଛି। ଖାଦ୍ୟ, ଘରୋଇ ରହଣି ବା ପ୍ରତୀକାତ୍ମକ ଉପହାର ଗ୍ରହଣୀୟ। ଜାପାନ ପରି କେତେକ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ସାକ୍ଷାତାକାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପୂର୍ବରୁ ସାମ୍ବାଦିକ ନିଜ ସୂତ୍ର ବା ଉତ୍ସକୁ କ୍ଷୁଦ୍ର ଉପହାର ପ୍ରଦାନର ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଛି। ତେବେ ଏପ୍ରକାର ସାକ୍ଷାତାକାର ବାସଗୃହରେ ହେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏଦିଗରେ ସାଧାରଣ ଜ୍ଞାନର ଉପଯୋଗ ଆବଶ୍ୟକ। ଉପହାର ବଦଳରେ ସୁହାଇଲା ପରି ଏକ ସାକ୍ଷାତକାର ପ୍ରକାଶନ ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି ଦେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ।
- ମୁକ୍ତ ଟିକେଟ : କୌଣସି ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଲେଖିବାକୁ ବା ସମୀକ୍ଷା କରିବାକୁ ଯାଉଥିବା ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ମୁକ୍ତ ଟିକେଟ ଗ୍ରହଣ କରିବା ପାଇଁ ନ୍ୟୁ ୟର୍କ ଟାଇମ୍‌ସ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବାରଣ କରିଥାଏ। ଅନ୍ୟ କିଛି ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜ ନିୟମିତ ଲେଖକ ଓ ମୁକ୍ତବୃତ୍ତି ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପାଇଁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ପ୍ରଦର୍ଶନ , ସଂଗୀତ ଓ ମଞ୍ଚ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ନିମନ୍ତେ ପ୍ରେସ ପାସ୍ ଯୋଗାଡ଼ କରିଥାନ୍ତି। ହସ୍ତଗତ ପୁସ୍ତକ, ସିଡ଼ି, ଡ଼ିଭିଡ଼ି ଆଦି ସମୀକ୍ଷା ପାଇଁ ରଖାଯାଇଥାଏ।
- ସୂତ୍ରକୁ ପାଉଣା : ପ୍ରସିଦ୍ଧ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ସଂସ୍ଥା ଆବଶ୍ୟକ ସୂଚନା ନିମନ୍ତେ ସୂତ୍ରକୁ ଦେୟ ପ୍ରଦାନ କରିନଥାନ୍ତି। ଏପରି କରିବା ଦ୍ୱାରା ସୂଚନାର ସାଧୁତା ନ୍ୟୂନ ହୋଇଥାଏ।
- ନିବେଶ (ଷ୍ଟକ, ବଣ୍ଡ, ଭେଞ୍ଚର କ୍ୟାପିଟାଲ) : ନିଜ କ୍ଷେତ୍ରାଞ୍ଚଳର ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ବା ସଂସ୍ଥା ସହ ସାମ୍ବାଦିକ କୌଣସି ଆର୍ଥିକ (ଷ୍ଟକ ସତ୍ତ୍ୱାଧିକାରୀ, ଆର୍ଥିକ କାରବାର) ଭାବେ ଜଡ଼ିତ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ।
- ରାଜନୈତିକ ଓ ଦାତବ୍ୟ ଚାନ୍ଦା : ସାମ୍ବାଦିକ ଯଦି ଜଣେ ରାଜନୈତିକ ପ୍ରାର୍ଥୀଙ୍କ ପାଇଁ ଚାନ୍ଦା ଯୋଗାଡ଼ କରନ୍ତି ତାହାଲେ ସେ ସଂପୃକ୍ତ ନିର୍ବାଚନ ସମ୍ବାଦ ପରିବେଷଣରୁ ଓହରିଯିବା ଉଚିତ୍। କାରଣ ତାଙ୍କ ପ୍ରତିପକ୍ଷ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ସେ ଚାନ୍ଦା ଯୋଗାଡ଼ କରିଥାନ୍ତି। ରାଜନୈତିକ ସକ୍ରିୟ ସଂସ୍ଥା ପାଇଁ ଚାନ୍ଦା ଯୋଗାଡ଼ ଦ୍ୱାରା ଖବରର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ନେଇ ପ୍ରଶ୍ନବାଚୀ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ।
- ବ୍ଲଗ : ସାଂପ୍ରତିକ ସମୟରେ ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସାମ୍ବାଦିକତା ବିଦ୍ୟାର୍ଥୀ ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରେରଣ ବା ମତାମତ ଦେବା ପାଇଁ ବ୍ଲଗ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି। ବ୍ଲଗରେ ସାମ୍ବାଦିକ କଣ ଉଲ୍ଲେଖ କରୁଛନ୍ତି ଏବଂ ପ୍ରକାଶନୀ ସଂସ୍ଥା ପାଇଁ କଣ ଲେଖୁଛନ୍ତି ତାହା ନୈତିକତାର ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇଥାଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଷ୍ଟେମ ସେଲ ଗବେଷଣା ନେଇ ଉତ୍ତମ ଖବର ପ୍ରକାଶ କରିବା ସହ ସରକାରୀ ନୀତିକୁ ସମାଲୋଚନା କରି ବ୍ଲଗରେ ସାମ୍ବାଦିକ ଲେଖିଲେ। ଏହି ୨ଟି ପରସ୍ପର ବିରୋଧୀ ଖବରକୁ ନେଇ ଏହାର ଆଭିମୁଖ୍ୟ ସଂପର୍କରେ ପାଠକଙ୍କ ମହଲରେ ପ୍ରଶ୍ନ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ। ବ୍ଲଗରେ ଯାହା ଲେଖାଯାଏ ତାହା ସବୁଦିନ ପାଇଁ ସାଇବର ସ୍ପେସରେ ରହିଯାଇଥାଏ। ଜନସାଧାରଣ ଚାହିଁବା ମାତ୍ରେ ଏହା ଦେଖିପାରିବେ। କୁତ୍ସା ରଚନାକାରୀ, ଅପରିପକ୍ୱ ଓ କାମୁକ ଖବର ବ୍ଲଗରେ ପ୍ରକାଶ କଲେ ନିଜେ ନୈତିକତା ଓ ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ହରାଇବେ। ବ୍ଲଗରେ ଲେଖିବା ସହ ପ୍ରକାଶନ କରିବା ଦ୍ୱାରା ସାମ୍ବାଦିକତାର ସାଧୁତା ଓ ସୌଜନ୍ୟତା ଉଲ୍ଲଙ୍ଘନ ହୋଇଥାଏ।

୩.୫ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ନୈତିକତା ଓ ମାନ

ନୈତିକ ନିୟମାବଳୀ ଓ ଉତ୍ତମ ଅଭ୍ୟାସକୁ ନେଇ ସାମ୍ବାଦିକତାର ନୈତିକତା ଓ ମାନ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ। ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଆହ୍ୱାନ ପାଇଁ ଏହା ପ୍ରଯୁଜ୍ୟ। ସାମ୍ବାଦିକର 'ବୃତ୍ତିଗତ ଆଚରଣବିଧି' ବା 'ସାମ୍ବାଦିକତା ନୀତି'କୁ ସାମ୍ବାଦିକତାର ନୈତିକତା ଭାବେ ଅତୀତରେ ଏବଂ ବର୍ତ୍ତମାନ ସ୍ୱୀକାଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଛି। ବୃତ୍ତିଜୀବୀ ସାମ୍ବାଦିକ ସଂଘ, ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ, ପ୍ରସାରଣ ଓ ଅନ୍‌ଲାଇନ ସମ୍ବାଦ ସଂସ୍ଥା ଦ୍ୱାରା ମୌଳିକ ଆଚରଣ ବିଧି ଓ ନୀତି ଏକ ଇସ୍ତାହାର ଆକାରରେ ପ୍ରଣୟନ କରାଯାଇଥାଏ।

ବିଭିନ୍ନ ଆଚରଣବିଧିରେ ଭିନ୍ନତା ରହିଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସତ୍ୟତା, ନିର୍ଭୁଲ, ନିରପେକ୍ଷ, ନ୍ୟାୟସଙ୍ଗତ, ବାସ୍ତବିକତା ଓ ଉତ୍ତରଦାୟକୁ ସମସ୍ତେ ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି। କାରଣ ସମ୍ବାଦଯୋଗ୍ୟ ସୂଚନା ଓ ପ୍ରସାରଣ ପାଇଁ ଏଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରୟୋଗ ହୋଇଥାଏ।

ଅନ୍ୟାନ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ରର ନୈତିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ପରି ସାମ୍ବାଦିକତା ନୀତିରେ 'ସୀମିତ ଆଘାତ' ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ରହିଛି। ଏଥିରେ କିଛି ବିଷୟ ଉହ୍ୟ ରଖି ଦିଆଯାଏ। ଏହି ନୀତି ମଧ୍ୟରେ ସମ୍ବାଦରେ ନାବାଳକ / ନାବାଳିକା, ଅପରାଧ ପୀଡ଼ିତା ନାମ ପ୍ରକାଶନ ଆଦି କେତେକ ବିଷୟ ବାରଣ କରାଯାଇଛି। ସେହିପରି ଅନ୍ୟର ଯଶ ପ୍ରତି କ୍ଷତି ପହଞ୍ଚାଇବା ପରି ଘଟଣା ସହ ସଂପୃକ୍ତି ନଥିବା ସୂଚନା ମଧ୍ୟ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ ନାହିଁ।

ଅନ୍ୟ କେତେ ଆଚରଣବିଧି ମୁଖ୍ୟତଃ ୟୁରୋପରେ ଜାତି, ଧର୍ମ, ଯୌନାଚାର, ଶାରୀରିକ ଓ ମାନସିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ସଂପର୍କରେ ବୈଷମ୍ୟଗତ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ ନାହିଁ। ଏଥିପାଇଁ ୟୁରୋପ କାଉନସିଲର ପାର୍ଲାମେଣ୍ଟାରୀ ଆସେମ୍ବ୍ଲି ସାମ୍ବାଦିକତା ନୈତିକତା ସଂକ୍ରାନ୍ତ ପ୍ରସ୍ତାବ ୧୦୦୩କୁ ୧୯୯୩ ମସିହାରେ ଅନୁମୋଦନ କରିଛି। ଏଥିରେ ଘଟଣା ବିଚାରଧୀନ ଥିବା ସମୟରେ ଅପରାଧୀକୁ ନିରପରାଧ ବିବେଚନା କରି ସମ୍ମାନବୋଧ ସହ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରକାଶ ପାଇଁ ସୁପାରିଶ କରାଯାଇଛି।

୩.୬ ନୈତିକତାର ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ

ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ନୈତିକତା ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ପରିସ୍ଥିତିରେ ସହାୟତା କରିବା ଆଚରଣବିଧିର ମୌଳିକ କାର୍ଯ୍ୟ। ନୈତିକ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ମଧ୍ୟରେ ଜାତୀୟ ନିରାପତ୍ତା ପରି ସ୍ପର୍ଶକାତର ବିଷୟଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ଉତ୍ସ ନିକଟରୁ ନୈଶ ଭୋଜି ଗ୍ରହଣ କରିବା, ଅନ୍ୟକୁ ଅପମାନିତ କରିବା, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ମତ ବ୍ଲଗରେ ସ୍ଥାନିତ କରିବା ଆଦି ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ। ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଜାଣିବାର ଅଧିକାର, ଆସନ୍ନ ବିପଦ, ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ପ୍ରତିଶୋଧ ଓ ଧମକ, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସାଧୁତା, ସଂପାଦକ- ରିପୋର୍ଟର- ପ୍ରକାଶକ- ପରିଚାଳନା କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ମତଭେଦ ଆଦି ପ୍ରସଙ୍ଗ ଏହା ପରିସରକୁ ଆସିଥାଏ।

ସରକାରଙ୍କ ହସ୍ତକ୍ଷେପ ସତ୍ତ୍ୱେ ବିଦେଶୀ ସମ୍ବାପତ୍ରଗୁଡ଼ିକୁ କଷ୍ଟକର ନୈତିକ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱର ମୁକାବିଲା କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ।

୩.୬.୧ ନୈତିକ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱର ସମାଧାନ

ଗଣମାଧ୍ୟମର ସାଂପ୍ରତିକ ନୈତିକତା ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୃତ୍ତିଜୀବୀଙ୍କ ପାଇଁ ଆନ୍ତର୍ଜାତିକ ଅଣଲାଭକାରୀ ସଂସ୍ଥା ଦି ସେଣ୍ଟର ଫର ଇଣ୍ଟରନ୍ୟାସନାଲ ମିଡ଼ିଆ ଏଥିକ୍ସ ନିଜ ବ୍ଲଗ ଜରିଆରେ ଏକ ମଞ୍ଚ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛି । ସଦ୍ୟ ସମ୍ବାଦର ନୈତିକତା ସମସ୍ୟା ସଂପର୍କରେ ଏଥିରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯିବା ସହ ନିଜ ମତାମତ ରଖିବା ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରାଯାଇଥାଏ । ନିଜେ ନିଜର ବିଚାର କରି ନିଜସ୍ୱ ଧାରା ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରିବା ପାଇଁ ସଂସ୍ଥା ପକ୍ଷରୁ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରାଯାଇଥାଏ ।

ନୈତିକତାର ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱକୁ ନେଇ ପବ୍ଲିକ ସର୍ଭିସ ପ୍ରୋଜେକ୍ଟ ଅଫ ଚିକାଗୋ ହେଡ଼ଲାଇନ କ୍ଲବ ଚାପ୍ଟର ଅଫ ଦି ସୋସାଇଟି ଅଫ ପ୍ରଫେସନାଲ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଷ୍ଟ ଓ ଲୋୟଲା ୟୁନିଭରସିଟି ଚିକାଗୋ ସେଣ୍ଟର ଫର ଏଥିକ୍ସ ଆଣ୍ଡ ସୋସିଆଲ ଜଷ୍ଟିସ ପକ୍ଷରୁ ମିଳିତ ଭାବେ ଦି ଏଥିକ୍ସ ଆଡ଼ଭାଇସ ଲାଇନ ଫର ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଷ୍ଟ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଛି । ସଂସ୍ଥାର ଏଥିକାଲ ଡିଲେମା ହଟ୍‌ଲାଇନରେ କେତେକ ଅସ୍ୱାଭାବିକ ନୈତିକ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ବିବରଣୀ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଉଛି । ଏଥିସହ ଏ ସଂକ୍ରାନ୍ତରେ ସାମ୍ବାଦିକ ଯେଉଁ ଅସ୍ୱାଭାବିକ ପ୍ରଶ୍ନର ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଛନ୍ତି ତାହାର ଉଦାହରଣ ମଧ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି ।

୩.୬.୨ ଆଦ୍ୟ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା

ଦୁଇଟି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଚିନ୍ତାଧାରାକୁ ନେଇ ଷ୍ଟଉବାହାର, ଲଶରୋଜ ଏବଂ ଡାଭେନପୋର୍ଟ ଏହି ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥିଲେ । ପ୍ରଥମ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଅନୁଯାୟୀ ବୃତ୍ତିଜୀବୀ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ପରି ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ଯଦି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ସ୍ୱାଧୀନତା ଉପଭୋଗ କରୁଥାନ୍ତି ତାହାଲେ ସମାଜ ପାଇଁ ଦାୟିତ୍ୱର ସହ ନିଜ ସ୍ୱାଧୀନତା ଓ କ୍ଷମତା ତୁଲାଇବା ତାଙ୍କର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ । କ୍ଷମତାରେ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ବୃତ୍ତିଗତ ଆଚରଣ ଠିକ୍ ନରହିଲେ ସେମାନଙ୍କୁ ଦାୟୀ କରାଯିବା ନିମନ୍ତେ ଏହି ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଉପଯୋଗୀ ଅଟେ । ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦୃଷ୍ଟିରେ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ନିଜ ପଦବୀର ଅପବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ । ଦ୍ୱିତୀୟ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଅନୁଯାୟୀ ବ୍ୟକ୍ତି କଲ୍ୟାଣ ବା ବ୍ୟକ୍ତି ଅଧିକାର ତୁଳନାରେ ସମାଜ କଲ୍ୟାଣ ଅଗ୍ରାଧିକାର ପାଇଥାଏ । ବହୁ ସଂଖ୍ୟକ ଜନସାଧାରଣ ବସବାସ କରୁଥିବାରୁ ସମାଜ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ତେଣୁ କ୍ଷମତାସୀନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ନିଚ ଆଚରଣ ଯୋଗୁଁ ସମାଜ କ୍ଷତିଗ୍ରସ୍ତ ହୋଇଥାଏ । ଏପ୍ରକାର କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ପାଇଁ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ଦାୟୀ କରାଯାଇପାରିବ ।

ମୁଖ୍ୟତଃ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ହଚିନ୍‌ସ କମିଶନ ଆଉ ୫ଟି ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛନ୍ତି ।

୧) ମତାମତ ବାଦ ଦେଇ ଅର୍ଥପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥା ସଠିକ୍ ଖବର ଉପସ୍ଥାପନ କର ।

୨) ମନ୍ତବ୍ୟ ଓ ସମାଲୋଚନା ବିନିମୟ ପାଇଁ ଏକ ମଞ୍ଚ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କର, ବିଭିନ୍ନ ମତ ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ପରିସର ବୃଦ୍ଧି କର ।

୩) ପାରମ୍ପରିକ ଭାବେ ସଂଖ୍ୟାଲଘୁଙ୍କୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ନକରି ସମାଜର କିଛି ସାମାଜିକ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କୁ ପ୍ରତିନିଧି ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କର ।

୪) ସମାଜର ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଓ ଲକ୍ଷ୍ୟ ସ୍ପଷ୍ଟ କରି ତୁଷ୍ଟିକରଣ ନୀତିକୁ ଏଡାଇବା ଆବଶ୍ୟକ।

୫) ସମାଜ ସଂପର୍କରେ ଯାହା ଜଣାଅଛି ତାହା ଭଲ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପନ କର।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ନିରପେକ୍ଷ ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ ଗ୍ରହଣ କରିବା ନିମନ୍ତେ ଏହି ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ଏହାଦ୍ୱାରା ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ମୌଳିକ ତଥ୍ୟ ଯୋଗାଇ ପାରିବା ସହ ଖବର ସଂପର୍କରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ନିକଟରୁ ମତାମତ ଲୋଡ଼ିପାରିବ।

ସୋସାଇଟି ଅଫ ପ୍ରଫେସନାଲ ଜର୍ଣ୍ଣାଲିଷ୍ଟ ବା ପେଶାଦାର ସାମ୍ବାଦିକ ସୋସାଇଟିକୁ ଏହି ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଅନୁପ୍ରାଣିତ କରିଥିଲା ଯାହା ବର୍ତ୍ତମାନର ମିଡ଼ିଆ ନୈତିକତା ଭାବେ ପରିଚିତ। ଏହା ୧୯୯୬ ମସିହାରେ ଗୃହୀତ ହୋଇଥିଲା।

୩.୭ ପେଶାଦାର ସାମ୍ବାଦିକ ସୋସାଇଟି : ଆଚରଣ ବିଧି

ପେଶାଦାର ସାମ୍ବାଦିକ ସୋସାଇଟି ପକ୍ଷରୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଏକ ଆଚରଣ ବିଧି ବର୍ତ୍ତମାନ ବଳବତ୍ତର ରହିଛି। ଏହି ଆଚରଣ ବିଧିର ମୂଳମନ୍ତ୍ର ହେଲା 'ସତ୍ୟ ଉନ୍ମୋଚନ କରି ପ୍ରକାଶ କର'। ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ, ଉପସ୍ଥାପନା ଓ ବାଖ୍ୟା କରିବା ସମୟରେ ସମ୍ବାଦିକ ନିରପେକ୍ଷ, ସଚ୍ଚୋଟ ଓ ନିର୍ଭୀକ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ।

- ସମସ୍ତ ସୂତ୍ରରୁ ସୂଚନାର ସତ୍ୟତା ପରୀକ୍ଷା କର ଏବଂ ଏହା ଯେପରି ତ୍ରୁଟିଶୂନ୍ୟ ହୁଏ ସେଥିପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ରଖ। ଜାଣିଶୁଣି ବିକୃତ ଖବର ପ୍ରକାଶନ ଗ୍ରହଣୀୟ ନୁହେଁ।
- ଅପକର୍ମ ଅଭିଯୋଗ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ସଂବାଦ ଅଧ୍ୟବସାୟ ସହ ପ୍ରସ୍ତୁତି ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏହାଫଳରେ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ଖବର ହିଁ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବ।
- ସମ୍ଭବ ହେଲେ ସୂତ୍ର ଚିହ୍ନଟ କର। ସୂତ୍ରର ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ନେଇ ଜନସାଧାରଣ ଯେତେ ଅଧିକ ସମ୍ଭବ ସୂଚନା ଚାହିଁଥାନ୍ତି।
- ସୂତ୍ରକୁ ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି ଦେବା ପୂର୍ବରୁ ସୂତ୍ରର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ନେଇ ପ୍ରଶ୍ନ କର । ସୂଚନା ବିନିମୟରେ ପ୍ରତିଶ୍ରୁତିର ସର୍ତ୍ତ ସଂପର୍କରେ ସ୍ପଷ୍ଟ କର। ପ୍ରିତିଶ୍ରୁତି ରକ୍ଷା କର।
- ଶିରୋନାମା, ଅଡୁଆ ଖବର, ପ୍ରଚାର ସାମଗ୍ରୀ, ଫଟୋ, ଭିଡ଼ିଓ, ଅଡ଼ିଓ, ନକ୍ସା, ଶବ୍ଦ ଗ୍ରହଣ, ଉଦ୍ଧୃତାଂଶ ଯେପରି ବିକୃତ ନହୁଏ ସେଥିପ୍ରତି ସତର୍କ ଦୃଷ୍ଟି ରଖ। ଘଟଣା ବାହାରକୁ ଯାଇ ଏହାକୁ ଅତ୍ୟଧିକ ବା ନ୍ୟୂନ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ।
- ଫଟୋ ଓ ଭିଡ଼ିଓର ବିଷୟକୁ ବିକୃତ କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ। ପ୍ରଯୁକ୍ତିଗତ ସ୍ପଷ୍ଟତା ପାଇଁ ଫଟୋର ଉଜ୍ଜ୍ୱଳତା ବୃଦ୍ଧି ଗ୍ରହଣୀୟ। ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ଫଟୋର ସଂଯୋଗ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ ଆବଶ୍ୟକ।
- ପୁନଃପ୍ରସାରଣ କରି ଚଳାଇଦେବା ଦେବା ପରି ବିଭ୍ରାନ୍ତିକର ପରିସ୍ଥିତିକୁ ଏଡ଼ାଇବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏକ ଖବରର ପୁନଃପ୍ରସାରଣ ବା ମୁଦ୍ରଣ ଯଦି ଆବଶ୍ୟକ ତାହାଲେ ଏସଂକ୍ରାନ୍ତ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ ଆବଶ୍ୟକ।

- ଲୁଚାଚୋରାରେ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହକୁ ଏଡ଼ାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। କିନ୍ତୁ ଯେଉଁ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପାରମ୍ପରିକ ଖୋଲା ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ମିଳେ ନାହିଁ ସେ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଏହି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଇପାରେ। ତେବେ ଏହି ବ୍ୟବସ୍ଥାର ଆବଶ୍ୟକତା ସଂପର୍କରେ ଖବରରେ ସୂଚିତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ।
- ଅପ୍ରିୟ ହେଲେ ମଧ୍ୟ ଜନ ଅଭିଜ୍ଞତାର ବିବିଧତା ଓ ବ୍ୟାପ୍ତି ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଖବର ଆଖିଦୃଶିଆ ଭାବେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ।
- ସେମାନଙ୍କ ସାଂସ୍କୃତିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଅନୁଧ୍ୟାନ କର, କିନ୍ତୁ ଏହି ମୂଲ୍ୟବୋଧକୁ ଅନ୍ୟ ଉପରେ ଲଦ ନାହିଁ।
- ସାମାଜିକ ସ୍ଥିତି, ଶାରୀରିକ ଆକୃତି, ଲିଙ୍ଗଭେଦ, ବୟସ, ସଂପ୍ରଦାୟ, ଧର୍ମ, ଯୌନାଚାର, ଭିନ୍ନକ୍ଷମ, ଜାତି ଓ ଭୌଗଳିକ ଅବସ୍ଥାକୁ ନେଇ ପାରମ୍ପରିକତାକୁ ଏଡ଼ାଇବା ଆବଶ୍ୟକ।
- ମତାମତ ଅପ୍ରୀତିକର ହେଲେ ମଧ୍ୟ ଖୋଲା ମତ ବିନିମୟରେ ସହାୟତା କର। ସ୍ୱରହୀନଙ୍କୁ ମତବ୍ୟକ୍ତର ଅଧିକାର ଦିଅ। ଉଭୟ ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ସୂଚନା ବୈଧ। ଓକିଲାତି କରିବା ଓ ଖବର ପ୍ରକାଶ କରିବା ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରଭେଦ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କର। ବିବରଣୀ ଓ ସମୀକ୍ଷା ମଧ୍ୟରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ଚିହ୍ନଟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ତଥ୍ୟ ଓ ବିଷୟ କଦର୍ଥ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ।
- ଖବର ଓ ବିଜ୍ଞାପନ ପୃଥକ ଭାବେ ଚିହ୍ନଟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏହାର ମିଶ୍ରଣ ହେବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ।
- ସର୍ବସାଧାରଣ କାରବାର ଯେପରି ଖୋଲାଖୋଲି ହେବ ଏବଂ ସରକାରୀ ଦସ୍ତାବିଜ୍ ସମସ୍ତେ ଯେପରି ଦେଖିପାରିବେ ସେଦିଗରେ ଦୃଷ୍ଟି ଦିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ।

୩.୭.୧ ଅନିଷ୍ଟ ହ୍ରାସ

ନୈତିକତାପୂର୍ଣ୍ଣ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ସୂତ୍ର, କର୍ତ୍ତା ଓ ସହକର୍ମୀଙ୍କ ପ୍ରତି ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ସମ୍ମାନବୋଧ ରହିବା ଉଚିତ୍।

- ଖବର ପ୍ରକାଶନ ଦ୍ୱାରା ଯେଉଁମାନେ ଗଭୀର ଭାବେ କ୍ଷତିଗ୍ରସ୍ତ ହୁଅନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ଅନୁକଂପା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଶିଶୁ ଓ ଅନଭିଜ୍ଞ ସୂତ୍ର ବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହ କାରବାର କରିବା ସମୟରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଅନୁକଂପା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବା ଉଚିତ୍।
- ଦୋଷୀ ବା ଦୁର୍ଦ୍ଦଶା ପୀଡ଼ିତଙ୍କ ସାକ୍ଷାତକାର ଓ ଫଟୋ ନେବା ସମୟରେ ସଂବେଦନଶୀଳ ହୁଅ।
- ଖବର ସଂଗ୍ରହ ଓ ପ୍ରକାଶନ ଅନିଷ୍ଟ ବା ଅସ୍ୱସ୍ତିର କାରଣ ହୋଇପାରେ। ତେଣୁ ଖବର ସଂଗ୍ରହକୁ ଅନମ୍ରତା ପାଇଁ ଏକ ଲାଇସେନ୍‌ସ ବିବେଚନା କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ।
- ସରକାରୀ ଅଧିକାରୀ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଓ କ୍ଷମତାସୀନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ତୁଳନାରେ ବେସରକାରୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ସୂଚନା ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିବାରେ ଅଧିକ ଅଧିକାର ରହିଛି ବୋଲି ଧରିବାକୁ ପଡ଼ିବ। ଜଣଙ୍କର ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଗୋପନୀୟତାରେ ହସ୍ତକ୍ଷେପକୁ କେବଳ ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ଚାପରେ ଯୁକ୍ତିଯୁକ୍ତ ସାବ୍ୟସ୍ତ କରାଯାଇପାରିବ।
- ଉତ୍ତମ ରୁଚି ପ୍ରଦର୍ଶନ କର। ସନ୍ତୁଷ୍ଟିକରଣ ଏଡ଼ାଅ।

- ଯୌନ ଅପରାଧ ପୀଡ଼ିତା ଓ ସନ୍ଦିଗ୍ଧ ନାବଳକ ଚିହ୍ନଟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସତର୍କ ରୁହ ।
- ଅଭିଯୋଗ ଫର୍ଦ୍ଦ ଦାଖଲ ପୂର୍ବରୁ ସନ୍ଦିଗ୍ଧ ଅପରାଧୀଙ୍କ ନାମ ପ୍ରକାଶ କ୍ଷେତ୍ରରେ ନ୍ୟାୟସଂଗତ ହୁଅ ।
- ଜଣେ ସନ୍ଦିଗ୍ଧ ଅପରାଧୀ ଉଚିତ୍ ବିଚାର ପାଇବାର ଅଧିକାର ଏବଂ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ସୂଚନା ପାଇବାର ଅଧିକାର ମଧ୍ୟରେ ସନ୍ତୁଳନ ରକ୍ଷା କରାଯିବା ଉଚିତ୍ ।

୩.୭.୨ ନିରପେକ୍ଷ କାର୍ଯ୍ୟ

ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଜାଣିବାର ଅଧିକାର ବ୍ୟତୀତ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ସ୍ୱାର୍ଥ ପ୍ରତି ସାମ୍ବାଦିକ କୃତଜ୍ଞ ରହିବା ଉଚିତ୍ ନୁହେଁ ।

- ବାସ୍ତବ ବା ଉପଲବ୍ଧ ସ୍ୱାର୍ଥଗତ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱଠାରୁ ଦୂରେଇ ରୁହ ।
- ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ଓ ସଚ୍ଚୋଟତା ସହ ସାଲିସ ହେଲା ପରି ସଂଘ ବା କାର୍ଯ୍ୟକଳାପଠାରୁ ଦୂରେଇ ରୁହ ।
- ଉପହାର, ସହାୟତା, ଚାନ୍ଦା, ମୁକ୍ତ ଭ୍ରମଣ, ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଚର୍ଚ୍ଚାକୁ ଅଗ୍ରାହ୍ୟ କର । ସାମ୍ବାଦିକର ସାଧୁତା ସହ ସାଲିସ ହେଲା ଭଳି ଅତିରିକ୍ତ ନିଯୁକ୍ତି, ରାଜନୈତିକ ଅଂଶଗ୍ରହଣ, ସର୍ବସାଧାରଣ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ, ଗୋଷ୍ଠୀ ସଂଗଠନର ସେବା ଆଦିଠାରୁ ଦୂରେଇ ରୁହ ।
- ଏଡ଼ାଇ ଦିଆଯାଇ ପାରୁନଥିବା ପରି ବିବାଦର ଉନ୍ମୋଚନ କର ।
- କ୍ଷମତାସୀନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପ୍ରତି ଅଙ୍କୁଶ ଲଗାଇବାରେ ସତର୍କ ଓ ନିର୍ଭୀକ ହୁଅ ।
- ବିଜ୍ଞାପନଦାତାଙ୍କ ପ୍ରତି ଅନୁକଂପାଶୀଳ ହେବାଠାରୁ ଦୂରେଇ ରୁହ । ସମ୍ବାଦ ପ୍ରକାଶନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ପାଇଁ ନ୍ୟସ୍ତସ୍ୱାର୍ଥ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ଚାପକୁ ଅଗ୍ରାହ୍ୟ କର ।
- ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ ବଦଳରେ ଅନୁକଂପା ବା ଅର୍ଥ ଚାହୁଁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପ୍ରତି ସତର୍କ ରୁହ । ସମ୍ବାଦ ନିଲାମଠାରୁ ଦୂରେଇ ରୁହ ।

୩.୭.୩ ଉତ୍ତରଦାୟ

ନିଜ ପାଠକ, ଶ୍ରୋତା, ଦର୍ଶକ ଓ ନିଜ ପ୍ରତି ମଧ୍ୟ ସାମ୍ବାଦିକ ଉତ୍ତରଦାୟ ।

- ସମ୍ବାଦ ସଂପର୍କରେ ବୁଝାଅ ଓ ସ୍ପଷ୍ଟୀକରଣ ଦିଅ । ସାମ୍ବାଦିକତା ଆଚରଣ ସଂପର୍କରେ ଜନ ମତାମତ ଆହ୍ୱାନ କର ।
- ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିରୋଧରେ ଅଭିଯୋଗ ଆଗତ ପାଇଁ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କର ।
- ତ୍ରୁଟି ସ୍ୱୀକାର କରି ଏହାକୁ ତତ୍କାଳ ସଂଶୋଧନ କର ।
- ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଅନୈତିକ କାର୍ଯ୍ୟଧାରାକୁ ଉନ୍ମୁକ୍ତ କର ।
- ଉଚ୍ଚମାନ ବଜାୟ ରଖ

ସମାଜର ହିତ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମର ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ପାଇଁ ଏହି ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଉପଯୋଗୀ ।

୩.୮ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୧) ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ନୈତିକତା କହିଲେ ତୁମେ କ'ଣ ବୁଝ ?

୨) ସମ୍ବାଦପତ୍ର କିପରି ଭାବେ ପାଠକ ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ହାସଲ କରେ ?

୩) ସ୍ୱାର୍ଥଗତ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ କହିଲେ ତୁମେ କ'ଣ ବୁଝ ?

୪) ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନୈତିକତା ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝାଏ ?

ଚତୁର୍ଥ ଏକକ : ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

ବିଷୟ ଗଠନ :

୪.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୪.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା

୪.୩ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ସଂଜ୍ଞା

୪.୪ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

୪.୫ ଭାରତୀୟ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

୪.୬ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯୁଗରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ସୁଯୋଗ

୪.୭ ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

୪.୮ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୪.୯ ସହାୟକ ଗ୍ରନ୍ଥସୂଚୀ

୪.୧ ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ସୁଯୋଗ ଓ ତତ୍ତ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଅବଗତ ହେବା ଏହି ଅଧ୍ୟାୟର ଲକ୍ଷ୍ୟ। ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ସଂପର୍କରେ ମଧ୍ୟ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଛି। ଏହି ଅଧ୍ୟାୟ ପଠନ ସମାପ୍ତ ପରେ ଆପଣ ନିମ୍ନ ବିଷୟ ଜାଣିପାରିବେ।

- ଏକ ତତ୍ତ୍ୱ ଭାବେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା
- ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

୪.୨ ଉପକ୍ରମଣିକା

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗଣଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି। ଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ଅନେକ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି। ଜନଗଣ ଏବଂ କିଛି ସାମ୍ବାଦିକ ସମ୍ବାଦର ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରତି ଯଦି ସନ୍ଦେହ ପ୍ରକାଶ କରିବା ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତି ତାହାଲେ କଣ ହେବ ? ଏହାପରେ ବିକଳ୍ପର ଖୋଜା ପଡ଼ିଥାଏ। ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଏହିପରି ଏକ ବିକଳ୍ପ।

ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ ଆମେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକାର ତତ୍ତ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ବୁଝିବା ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା କରିବା। ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାକୁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ଶକ୍ତିଶାଳୀ କରିଛି ସେସଂପର୍କରେ କିଛି ଉଦାହରଣ ସହ ବୁଝିବା।

ସାଧାରଣ ନାଗରିକ ଯେଉଁ ସାମ୍ବାଦିକତା ଧାରା ଅଭ୍ୟାସ କରନ୍ତି ତାହାକୁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ବୋଲି ବୁଝିବାକୁ ପଡ଼ିବ। ଏହାର ଅର୍ଥ ବିଷୟବସ୍ତୁ ନାଗରିକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସଂଗ୍ରହ ଓ ବିତରଣ କରାଯାଇଥାଏ। ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ କେହି ଜଣେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ଏହାର ସଂଗ୍ରହ ଦାୟିତ୍ୱ ନେଇଥାନ୍ତି। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପେକ୍ଷା କରୁଥିବା ବା ଏଡ଼େଇ ଯାଉଥିବା ସମସ୍ୟା, ପ୍ରସଙ୍ଗ, ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ, ଧାରା ଓ ସୂଚନା ପ୍ରତି ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦୃଷ୍ଟି ଦେଇଥାଏ।

ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାକୁ 'ସର୍ବସାଧାରଣ', 'ସହଯୋଗୀ', 'ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ', 'ପଥପାର୍ଶ୍ୱ' ଓ 'ଅନିୟମିତ ବା ଗରିଲା' ସାମ୍ବାଦିକତା ଭାବେ ଅଭିହିତ କରାଯାଇଥାଏ। ଶବ୍ଦ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଏହାର ଅର୍ଥ ମୋଟାମୋଟି ଭାବେ ସମାନ।

ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଏକ ନୂତନ ଶବ୍ଦ ନୁହେଁ। ଏହା ଦୀର୍ଘ ବର୍ଷ ହେଲା ପ୍ରଚଳିତ ରହିଛି। ସଂପାଦକଙ୍କୁ ପତ୍ର ସର୍ବ ପୁରାତନ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଅଟେ। ଏହାର ଇତିହାସ ରହିଛି। ସାଧାରଣ ପାଠକଙ୍କ ପତ୍ରର ମତାମତ ସ୍ଥାନିତ କରିବା ପାଇଁ ଭାରତର ସବୁ ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ସ୍ତମ୍ଭ ରହିଥାଏ। ଏହି ଚିଠି ଜରିଆରେ ପାଠକ ନିଜ ସମସ୍ୟା, ମନ୍ତବ୍ୟ ଓ ମତାମତ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିଥାନ୍ତି। ବସ୍ତୁତଃ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପାଇଁ ପାଠକ ସ୍ଥାନୀୟ ସୂଚନା ସୃଷ୍ଟି କରିଥାନ୍ତି।

ତେବେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଧାରାରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣି ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ନୂଆ ଭୂମିକା ପାଳନ କରୁଛି। ଏ ବିଷୟରେ ପୁଙ୍ଖାନୁପୁଙ୍ଖ ଆଲୋଚନା ପୂର୍ବରୁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର କେତେକ ସଂଜ୍ଞା ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା।

୪.୩ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ସଂଜ୍ଞା

କେତେକ ଶବ୍ଦକୋଷ, ବିଦ୍ୱାନ, ଲେଖକ ଓ ସାମ୍ବାଦିକ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ସଂପର୍କରେ ଯାହା କୁହନ୍ତି ;

- ଅକ୍ସଫୋର୍ଡ଼ ଶବ୍ଦକୋଷ : ମୁଖ୍ୟତଃ ଇଣ୍ଟରନେଟ ଜରିଆରେ ସାଧାରଣ ନାଗରିକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନୂଆ ତଥ୍ୟ ଓ ସୂଚନାର ସଂଗ୍ରହ, ବିତରଣ, ସମୀକ୍ଷା ।
- ଏନ୍‌ସାଇକ୍ଲୋପେଡ଼ିଆ ବ୍ରିଟାନିକା : ପେଶାଦାର ସାମ୍ବାଦିକ ହୋଇନଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ୱେବସାଇଟ, ବ୍ଲଗ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପଯୋଗ କରି ସୂଚନା ପ୍ରସାରଣ କରିବାକୁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା କୁହାଯାଇଥାଏ।
- ନ୍ୟୁ ୟର୍କ ୟୁନିଭରସିଟିର ସାମ୍ବାଦିକତା ପ୍ରଫେସର, ଲେଖକ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମାଲୋଚକ ଜୟ ରେଶନଙ୍କ ମତରେ : ପୂର୍ବରୁ ପାଠକ ବା ଦର୍ଶକ ଭାବେ ବିବେଚିତ ଜନତା ଯେତେବେଳେ ନିଜ ନିକଟରେ ଥିବା ସାମ୍ବାଦିକତା ଉପକରଣ ଉପଯୋଗ କରି ଅନ୍ୟକୁ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ଏହାକୁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା କୁହାଯାଇଥାଏ।
- ସ୍ୱାଧୀନ ପରିପ୍ରକାଶର ସମର୍ଥକ, ଲେଖକ ଓ ଆମେରିକୀୟ ସାମ୍ବାଦିକ କର୍ଟନି ରାଡ଼େକ୍‌ଙ୍କ ମତରେ: ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟଧାରା ବାହାରେ ବିକଳ୍ପ ତଥା ସକ୍ରିୟ ରୂପେ ଖବର ସଂଗ୍ରହ ଓ ବିତରଣକୁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ବୋଲି କୁହାଯାଇଥାଏ। ବହୁ ସମୟରେ ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଦୋଷ ଦୁର୍ବଳତାର ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ସ୍ୱରୂପ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ। ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଧାରାକୁ ନାଗରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅନୁସରଣ କରିଥାନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ଏହାର ଚିନ୍ତାଧାରା ଓ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ, ପାରମ୍ପରିକ ସୂତ୍ରର ବିକଳ୍ପ ସୂତ୍ର ଉପରେ ଏହା ନିର୍ଭର କରିଥାଏ।

- କଲମ୍ବିଆ ଭିତ୍ତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ବିଦ୍ୱାନ କ୍ଲେମନ୍ସିଆ ରୋଡ୍ରିଗସ୍‌ଙ୍କ ମତରେ : ସ୍ୱାଧୀନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାଧାରଣ ନାଗରିକଙ୍କୁ ରାଜନୈତିକ ସଶକ୍ତିକରଣ କରାଇଥାନ୍ତି । ତାଙ୍କ ମତରେ ଯେତେବେଳେ ଜନସାଧାରଣ ନିଜ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରନ୍ତି ସେତେବେଳେ ସେମାନେ ନିଜକୁ ଓ ନିଜ ସଂପ୍ରଦାୟକୁ ଭଲ ଭାବେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିପାରନ୍ତି । ନାଗରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଏକ ଆତ୍ମଶିକ୍ଷା ଦୃଷ୍ଟିରେ ସେ ଦେଖନ୍ତି । ସମାଜର ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ନାଗରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସକ୍ରିୟ ଭାବେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି ସେମାନେ ନିଜର ଓ ନିଜ ସଂପ୍ରଦାୟର ପରିଚୟ, ନିଜ ସାମାଜିକ ପରିବେଶକୁ ନୂଆ ଭାବେ ଗଢ଼ି ତୋଳିଥାନ୍ତି ।

ସ୍ୟାନେ ବାଓମାନ ଓ କ୍ରିସ୍ ୱିଲସ୍ 'ଦି ସେମିନାଲ ରିପୋର୍ଟ ୱି ମିଡ଼ିଆ'ରେ ଦର୍ଶକ କିପରି ସମ୍ବାଦ ଓ ସୂଚନାର ଭବିଷ୍ୟତ ରୂପ ଦେବେ ତାହା ବର୍ଣ୍ଣନା କରିଛନ୍ତି ।

ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ନାଗରିକଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟ । ସମ୍ବାଦ ଓ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ, ବିଶ୍ଳେଷଣ, ଉପସ୍ଥାପନା ଓ ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ସେମାନେ ସକ୍ରିୟ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି । ସ୍ୟାନେ ବାଓମାନ ଓ କ୍ରିସ୍ ୱିଲସ୍‌ଙ୍କ ମତରେ ଏହି ଅଂଶଗ୍ରହଣର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ଗଣତନ୍ତ୍ର ଆବଶ୍ୟକ କରୁଥିବା ସ୍ୱାଧୀନ, ବିଶ୍ୱସନୀୟ, ନିର୍ଭୁଲ,ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ଓ ବ୍ୟାପକ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିବା ।

ଚିକାଗୋ ଟ୍ରିବ୍ୟୁନର ପୂର୍ବତନ ପ୍ରକାଶକଙ୍କ ମତରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ପରି ନୂଆ ବିନିମୟଶୀଳ ମାଧ୍ୟମ ସ୍ଥିତାବସ୍ଥା ସାମ୍ବାଦିକତା ପ୍ରତି ବିପଦ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ସହ ବିଶ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ନୂଆ ଢ଼ଙ୍ଗରେ ଜାଣିବାର ପ୍ରତିଶୃତି ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ ।

ପରିଶେଷରେ କୁହାଯାଇପାରେ ଯେ, ଅଣପେଶାଦାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପେଶାଦାରଙ୍କ ପରି ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ସହ ଏହାର ପ୍ରକାଶନ କରାଯିବାକୁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା କୁହାଯାଇଥାଏ ।

ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା କଣ ପାଇଁ ?

ନିମ୍ନ କାରଣ ପାଇଁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ :

ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଜନସାଧାରଣ ସମ୍ବାଦ ଓ ମତାମତ ବିନିମୟ କରିବା ଦ୍ୱାରା ଏହା ଗଣତନ୍ତ୍ରକୁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ କରିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ନୂଆ ବିକଳ୍ପ ମତ ଓ ସୂତ୍ର ସ୍ଥାନ ପାଇପାରିଥାଏ । ବିବିଧ ଜନମତ ସୃଷ୍ଟି କରୁଥିବାରୁ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଉନ୍ନତି ପାଇଁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

ଯେକୌଣସି ପ୍ରାକୃତିକ ବା ମନୁଷ୍ୟକୃତ ସଂକଟ ସମୟରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଅଧିକ ଓ ତ୍ୱରିତ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ରିଲିଫ ସମୟରେ ଏହି ସୂଚନା ଅଧିକ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ ।

ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ସହଯୋଗରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଚାଲୁଥିବାରୁ ଏଠାରେ କେହି ଜଗୁଆଳି ନଥାନ୍ତି ।

ଅବହେଳିତ, ସାମାଜିକ ଗୋଷ୍ଠୀ କର୍ମୀଙ୍କ ପାଇଁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଏକ ସ୍ଥାନ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ସାଧାରଣତଃ ନିଜ ମତାମତ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ପାଇଁ ଏମାନେ ପାରମ୍ପରିକ ମିଡ଼ିଆରେ ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥାନ ପାଇପାରି ନଥାନ୍ତି।

ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଉପେକ୍ଷିତ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ସ୍ଥାନ ଦେଇ ନାଗରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ପ୍ରତିସନ୍ତୁଳନ ଅବସ୍ଥା ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ।

ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ସହଯୋଗମୂଳକ ଶିକ୍ଷା ଓ ମିଳିତ ସଂସ୍କୃତି ପାଇଁ ଉତ୍ସାହିତ କରିଥାଏ। ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ପରି ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ବିଜ୍ଞାପନ, ସରକାର ଓ କର୍ପୋରେଟ ସହାୟତା ଉପରେ ନିର୍ଭର କରିନଥାଏ। ଏହି କାରଣରୁ ଏହା ବିଶ୍ୱସନୀୟ ଖବର ଯୋଗାଇଥାଏ। ସ୍ୱଳ୍ପ ବ୍ୟୟରେ ଏହା ଏକ ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀ କାର୍ଯ୍ୟ। ଯେଉଁ ତଥ୍ୟ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଲାଭ ନକରି ଏହାକୁ ଏଡ଼ାଇ ଯାଇଥାନ୍ତି ସେପ୍ରକାର ସୂଚନା ଓ ବିଷୟବସ୍ତୁ ନାଗରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରକାଶ କରିଥାଏ।

୪.୪ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

ନାଗରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯୋଗୁଁ ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦର୍ଶକ ହରାଉଥିବା ପରିଲକ୍ଷିତ ହେଉଛି। ଖବର ଗ୍ରହଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଦ୍ରୁତ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଘଟୁଥିବା ଅନେକ ଅନୁଧ୍ୟାନରୁ ଜଣାପଡ଼ିଛି। ଯୁବ ପିଢ଼ି ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ ଆପ୍ ଲୋକପ୍ରିୟ ସମ୍ବାଦ ଉତ୍ସ ହୋଇଛି। ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ମୁଖ୍ୟତଃ ମୁଦ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଆର୍ଥିକ ଚାପର ମଧ୍ୟ ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇଛି। ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକା ପରି କେତେକ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ସ୍ଥାନୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ବନ୍ଦ କରିଦିଆଗଲାଣି। ଏପ୍ରକାର ସ୍ଥିତିରେ ସାମ୍ବାଦିକତାରେ ଦୁର୍ନୀତି ଯୋଗୁଁ ଜନସାଧାରଣ ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଆଉ ବିଶ୍ୱାସକୁ ନେଉନାହାଁନ୍ତି। ଅତି କେନ୍ଦ୍ରୀଭୂତ ତଥା ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନ ପାଇଁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ସୂଚନା ଯୋଗାଇବାରେ ବିଫଳ ହେଉଛନ୍ତି ବୋଲି ଜନସାଧାରଣ ଅନୁଭବ କରୁଛନ୍ତି। ସାମରିକ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ଓ ଦମନମୂଳକ ସରକାର ପରି ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ସରକାରୀ ସୂଚନା ପ୍ରତି ଜନସାଧାରଣ ବିମୁଖ ହୋଇପଡ଼ିଲେଣି। ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟର ବ୍ୟବସାୟିକ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ରର ପ୍ରଚାରସର୍ବସ୍ୱ ସୂଚନାର ବିକଳ୍ପ ସୂତ୍ର ଭାବେ ଇଣ୍ଟରନେଟ ଏବେ ଉଭା ହୋଇଛି।

- ନିମ୍ନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ। : ଅର୍ଥନୈତିକ ସଂକଟ ଓ ଯୁବଗୋଷ୍ଠୀ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସଂଖ୍ୟାରେ ହ୍ରାସ ଯୋଗୁଁ ଅଧିକାଂଶ ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ୩ଟି ମୁଖ୍ୟ ପ୍ରକାରେ ଅଣପେଶାଦାର ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ସକ୍ରିୟ ଜଡ଼ିତ ହେବାକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରୁଛନ୍ତି। କୌଣସି ଏକ ଖବର ପ୍ରତି ମନ୍ତବ୍ୟ ପ୍ରଦାନକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରାଯାଉଛି। ଅର୍ଥାତ ଏକ ଖବର ଚୂଡ଼ାନ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ସାମ୍ବାଦିକ ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କୁ ପ୍ରଶ୍ନ ପଚାରି କେତେକ ଅତିରିକ୍ତ ସୂଚନା ଆଦାୟ କରିଥାନ୍ତି। ଏହାକୁ ଗହଳି ବା ସମାଗମ ସୂତ୍ର ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇପାରେ। ୱେବ୍‌ସାଇଟରେ ସ୍ଥାନିତ କରାଯାଉଥିବା ବିଷୟର ପରୀକ୍ଷାନିରୀକ୍ଷାରେ ମଧ୍ୟ ଏହା ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

- ସିଏନ୍‌ଏନ୍ ଆଇରିପୋର୍ଟ : ଏହା ଏକ ଗୋଷ୍ଠୀ ଯେଉଁମାନେ ବିଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ସୂଚନା ସ୍ଥାନିତ କରନ୍ତି। ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ଉପରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ତର୍ଜମା ଓ ବିନିମୟ ଛାଡ଼ି ଦିଆଯାଏ। ଏହା ସିଏନ୍‌ଏନ୍ (ଇଂରାଜୀ ଖବର ଚ୍ୟାନେଲ) ମଞ୍ଚ ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପନା ପୂର୍ବରୁ ଏଥିରେ କୌଣସି ସଂପାଦନା, ତଥ୍ୟ ନିରୀକ୍ଷଣ ବା ଉପସ୍ଥାନ ହୋଇନଥାଏ। ସିଏନ୍‌ଏନ୍ ପ୍ରଯୋଜକମାନେ ଏହି ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ରଖିଥାନ୍ତି। ଯଦି ସେଭଳି କୌଣସି ଅସାଧାରଣ ବା ହୃଦୟସ୍ପର୍ଶୀ ସୂଚନା ମିଳେ ତାହାଲେ ତାହା ସିଏନ୍‌ଏନ୍ ଖବରରେ ପରିଣତ ହୋଇଥାଏ। ଏହି ଖବରକୁ ସିଏନ୍‌ଏନ୍ ଆଇରିପୋର୍ଟ ଭାବେ ଚିହ୍ନିତ କରାଯାଏ।

- ଓଃମାଇ ନ୍ୟୁଜ୍ : ଦକ୍ଷିଣ କୋରିଆର ଅନ୍‌ଲାଇନ ଉଦ୍ୟୋଗୀ ଓଃ ୟେନ୍-ହୋ ୨୦୦୦ ମସିହାରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ନାଗରିକଙ୍କୁ ସାମ୍ବାଦିକ ଭାବେ ଘୋଷଣା କଲେ। ପାରମ୍ପରିକ ଦକ୍ଷିଣ କୋରିଆ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରତି ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଅସନ୍ତୋଷ କାରଣରୁ ଓଃ ତାଙ୍କର ୩ ଜଣ ଦକ୍ଷିଣ କୋରୀୟ ସହଯୋଗୀଙ୍କ ସହ ୨୦୦୦ ମସିହାରେ ଅନ୍‌ଲାଇନ ଦୈନିକ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପ୍ରକାଶ କରିଥିଲେ। ସମ୍ବାଦପତ୍ର ମୁଦ୍ରଣ କରିବା ଓ ପେଶାଦାର ନିଯୁକ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ଅର୍ଥାଭାବ ଯୋଗୁଁ ସେମାନେ ଓଃମାଇ ନ୍ୟୁଜ ନାମରେ ଏକ ୱେବ୍‌ସାଇଟ ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲେ। ଏହି ୱେବ୍‌ସାଇଟ ପାଇଁ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ ଦାୟିତ୍ୱ ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀଙ୍କ ଉପରେ ନ୍ୟସ୍ତ କରାଯାଇଥିଲା। ୱେବ୍‌ସାଇଟର ୭ମ ବାର୍ଷିକୀ ଅବସରରେ ସଂସ୍ଥାର ସଭାପତି ତଥା ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟନିର୍ବାହୀ ଓଃ ନିଜ ଉଦ୍‌ବୋଧନରେ କହିଥିଲେ ଯେ, ଦେଶରେ ୭୨୭ ଜଣ ନାଗରିକ ରିପୋର୍ଟରଙ୍କୁ ନେଇ ଏହି ୱେବ୍‌ସାଇଟ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା। ୨୦୦୭ ମସିହାବେଳକୁ ୧୦୦ଟି ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଖବରଦାତାଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ୫୦୦୦୦କୁ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଛି।

୪.୫ ଭାରତୀୟ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

ପୂର୍ବରୁ କୁହାଯାଇଛି ଯେ, ଭାରତୀୟ ସମ୍ବାଦପତ୍ରଗୁଡ଼ିକର ସଂପାଦକୀୟ ପୃଷ୍ଠାରେ ସଂପାଦକଙ୍କୁ ପତ୍ର ନାମରେ ଏକ ସ୍ତମ୍ଭ ରହିଥାଏ। ନିଜକୁ ପରିପ୍ରକାଶ କରିବା ପାଇଁ ସମସ୍ତ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ପତ୍ରିକା ପାଠକଙ୍କୁ ଏହି ସ୍ଥାନ ଅର୍ପଣ କରିଥାନ୍ତି। ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ସକ୍ରିୟ ଭାବେ ଜଡ଼ିତ କରାଇ ଟେଲିଭିଜନରେ ସମ୍ବାଦ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ବର୍ତ୍ତମାନ ବହୁ ଭାରତୀୟ ସମ୍ବାଦ ଚ୍ୟାନେଲ ପାଇଁ ସାଧାରଣ ମାନଦଣ୍ଡ ହୋଇଯାଇଛି।

ଭାରତର ପ୍ରଥମ ସମ୍ବାଦ ଚ୍ୟାନେଲ ଭାବେ ସିଏନ୍‌ଏନ୍- ଆଇବିଏନ୍ ନାଗରିକ ସମ୍ବାଦିକତା ବ୍ୟବସ୍ଥା ପ୍ରଚଳନ କରିଥିଲା। ଏହି ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ରିପୋର୍ଟ ପ୍ରେରଣ କଲେ ତାହା ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ବିଭାଗ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଉଥିଲା। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉଦ୍ୟୋଗରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ ପାଇଁ ଏହି ୨୪ ଘଣ୍ଟିଆ ଇଂରାଜୀ ସମ୍ବାଦ ଚ୍ୟାନେଲ ସିଏନ୍‌ଏନ୍- ଆଇବିଏନ ଖୋଲା ହୋର୍ଡିଂ ବିଜ୍ଞାପନ ଜରିଆରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆମନ୍ତ୍ରଣ କରିଥିଲା। ଏହି ବିଜ୍ଞାପନର ଏକ ଶିରୋନାମା ଥିଲା 'ତୁମେ ଦେଖ, ତୁମେ ରିପୋର୍ଟ କର'। ଫଳରେ ସ୍ଥାନୀୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ବା ଜାତୀୟ ପ୍ରସଙ୍ଗର ସ୍ଥାନୀୟ ପ୍ରଭାବ ଆଦି ବିଷୟରେ ଦର୍ଶକ ସୁସଂଯୋଜିତ ଖବର ପ୍ରସ୍ତୁତି କରି ଭିଡ଼ିଓ ରିପୋର୍ଟ ଓ ଫଟୋ ଆକାରରେ ପଠାଇଲେ। ଚ୍ୟାନେଲର ୱେବ୍‌ସାଇଟ ଆଇବିଏନ୍ ଲାଇଭ ଡ଼ଟ୍ କମ୍‌ରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ ଆକାଉଣ୍ଟକୁ ଏହି ସମ୍ବାଦଗୁଡ଼ିକ ପଠାଗଲା।

ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ଏନଡ଼ିଟିଭି ୨୪ ଘଣ୍ଟିଆ ଖବର ଚ୍ୟାନେଲରେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରେରିତ କିଛି ଟେକ୍ସଟ୍ ମେସେଜ ପ୍ରସାରିତ କରାଗଲା । ଏଥିଯୋଗୁଁ ଦୀର୍ଘ ଦିନର ଏକ ଅପରାଧ ମାମଲା ପୁନର୍ବାର ଖୋଲିବାକୁ ଅଦାଲତ ବାଧ୍ୟ ହେବା ସହ ନ୍ୟାୟ ପ୍ରଦାନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ତ୍ୱରାନ୍ୱିତ ହୋଇଥିଲା । ପ୍ରତିଦିନ ସଂଧ୍ୟା ପ୍ରାଇମ ଟାଇମରେ 'ଇଣ୍ଡିଆ ୩୬୦ ଡ଼ିଗ୍ରୀ'ର ଖବର ଓ ବିଶ୍ଳେଷଣ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ସିଏନ୍‌ଏନ୍- ଆଇବିଏନ୍‌ର 'ଫେସ ଦି ନେସନ' କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଜନ ମତାମତ ଆହ୍ୱାନ କରାଯାଇଥାଏ । ଦର୍ଶକ ଏଥିପ୍ରତି ସହମତି ପ୍ରକାଶ କରିବା ସହ ନିରନ୍ତର ଟେକ୍ସଟ୍ ମେସେଜ ପଠାଇଥାନ୍ତି । ଆମନ୍ତ୍ରିତ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ସହ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଉପସ୍ଥାପକ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଆଲୋଚନାରେ ନିୟୋଜିତ ରହିଥାନ୍ତି । ସ୍କ୍ରିନର ତଳ ଭାଗରେ ପ୍ରସାରିତ ନିଜ ମତାମତ ଦର୍ଶକ ପଢ଼ିପାରନ୍ତି ।

'ଦି ହିନ୍ଦୁ' ପକ୍ଷରୁ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥିବା 'ରିଡ଼ର୍ସ ଏଡ଼ିଟର' ପଦକ୍ଷେପ ମଧ୍ୟ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଏକ ଉଦାହରଣ । ଏହା ୨୦୦୬ ମସିହାରେ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଇଥିଲା । ସଂଶୋଧନ ଓ ସ୍ପଷ୍ଟୀକରଣ ସ୍ତମ୍ଭ ବିରକ୍ତିକର, କ୍ଲାନ୍ତିକର ଓ ସମୟସାପେକ୍ଷ ଅଟେ । କିନ୍ତୁ ଏହାଦ୍ୱାରା ସାମ୍ବାଦିକ ଏବଂ ପାଠକଙ୍କ ମଧ୍ୟ ସମ୍ବାଦପତ୍ର କୌତୁହଳପ୍ରଦ ମତ ବିନିମୟ ପାଇଁ କ୍ଷେତ୍ର ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିଥାଏ ।

ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଜରିଆରେ ଜନମତ ଏବେ ତତ୍କାଳ ଓ ସହଜରେ ପରିପ୍ରକାଶ ହୋଇପାରୁଛି ।

୪.୬ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯୁଗରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ସୁଯୋଗ

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଞ୍ଚ ଓ ମିଡ଼ିଆ ସେୟାରିଂ ୱେବ୍‌ସାଇଟର ଆଗମନ ଫଳରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ବିଷୟବସ୍ତୁ ସମସ୍ତେ ସୁବିଧାରେ ଜାଣିପାରୁଛନ୍ତି । ଏଥିସହ ସେଲୁଲାର ସ୍ମାର୍ଟ ଫୋନ ଓ ଶସ୍ତା ଡାଟାପ୍ୟାକ ଯୋଗୁଁ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଅଭ୍ୟାସ ସହଜ ହୋଇପାରିଛି । ପ୍ରଯୁକ୍ତି ସହ ସର୍ବନିମ୍ନ ଧାରଣା ଥିଲେ ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ କ୍ଷିପ୍ର ଭାବେ ବ୍ରେକିଂ ନ୍ୟୁଜ ପ୍ରସାରିତ କରିପାରିବେ । ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଏକ ପୁରାତନ ରୂପର ଉଦାହରଣ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା । ଆବ୍ରାହମ ଜାପ୍ରୁଡ଼ା ନାମକ ଜଣେ ୫୮ ବର୍ଷ ବୟସ୍କା ମହିଳାଙ୍କ ଦରଜୀ ଏକଦା କ୍ୟାମେରା କାନ୍ଧରେ ପକାଇ ଆମେରିକା ରାଷ୍ଟ୍ରପତି ଜନ୍ ଏଫ କେନେଡ଼ିଙ୍କ ହତ୍ୟାକାଣ୍ଡର ସ୍ପଷ୍ଟତମ ଫଟୋ ଉତ୍ତୋଳନ କରିପାରିଥିଲେ । ଏହି ଫଟୋଟିର ବ୍ୟାପକ ପ୍ରସାରଣ ହୋଇପାରିଥିଲା । ଘଟଣାର ଭିଡ଼ିଓଟି ଜାପ୍ରୁଡ଼ର ଫିଲ୍ମ ନାମରେ ଖ୍ୟାତ ହୋଇଗଲା । ଏଥିରେ ଜନ୍ ଏଫ କେନେଡ଼ିଙ୍କ ଜୀବନର ଶେଷ କେଇ ସେକେଣ୍ଡ ରହିଥିଲା । ବୁଲେଟ ମାଡ଼ରେ କେନେଡ଼ିଙ୍କ ମୃତ୍ୟୁ ଯୋଗୁଁ ଇତିହାସର ଧାରା ବଦଳି ଯାଇଥିଲା । ଏହି ଭିଡ଼ିଓଟି ସେତେବେଳେ ବହୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥିଲା ।

ଜର୍ଜ ହଲିଡ଼େ ନାମକ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଏକ ଜଳଯୋଗାଣ ଓ ତାଡ଼ିବା କଂପାନୀରେ ମ୍ୟାନେଜର ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟରତ ଥିଲେ । ୧୯୯୧ ମସିହା ମାର୍ଚ୍ଚ ୩ ତାରିଖରେ ଲସ୍ ଆଞ୍ଜେଲ୍‌ସର ୪ ଜଣ ପୁଲିସଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ରୋଡ଼ନୀ କିଙ୍ଗଙ୍କୁ ନିର୍ଘାତ ମାଡ଼ ଘଟଣାର ଫଟୋ ଏକ ସୋନି ହ୍ୟାଣ୍ଡି କ୍ୟାମେରା ମାଧ୍ୟମରେ ସେ ଉତ୍ତୋଳନ କରିଥିଲେ । ଏହି ଫଟୋଟି ସମାଜକୁ ସ୍ତବ୍ଧ କରିଦେଇଥିଲା ଏବଂ ଅନ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହି ଖବରକୁ ଆଗକୁ ନେଇଥିଲେ ।

ପାଶ୍ଚାତ୍ୟ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ପ୍ରାରମ୍ଭ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଏସବୁ ଉଦାହରଣ। ଆଧୁନିକ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଉପକରଣ ମାଧ୍ୟମରେ ଏହି ଧାରା ଜାରି ରହିଛି। ଏଥିସହ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ସୁଯୋଗ ମଧ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଛି। ଆମେରିକାର ୱାଲର୍ଡ଼ ଟ୍ରେଡ଼ ସେଣ୍ଟର ଉପରେ ୯/୧୧ ସନ୍ତ୍ରାସବାଦୀ ଆକ୍ରମଣର ଆଖିଦେଖା ବିବରଣୀ ମୁଖ୍ୟତଃ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ସୂତ୍ରରୁ ମିଳିଥିଲା। ୱାଲର୍ଡ଼ ଟ୍ରେଡ଼ ସେଣ୍ଟର ଆଖପାଖରେ ରହୁଥିବା ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ବିବରଣୀ ଓ ଛବି ଖବରର ବିଷୟବସ୍ତୁ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରିଥିଲା।

୨୦୦୪ ମସିହାରେ ସମୁଦ୍ର ତଳେ ୯.୧ ତୀବ୍ରତାର ଏକ ଭୂମିକଂପ ଭାରତ ମହାସାଗର ସମେତ ବନ୍ଦା ଏଚ୍ ଇଣ୍ଡୋନେସିଆରେ ପ୍ରବଳ ସୁନାମୀ ସୃଷ୍ଟି କରିଥିଲା। ସଠିକ୍ ସମୟରେ ଏହି ଖବର ୱେବଲଗ୍ ଭିତ୍ତିକ ଭର୍ଚ୍ଚୁଆଲ ନେଟ୍‌ୱର୍କରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥିଲା। ସୁନାମୀର ପ୍ରଥମ ୧ ସପ୍ତାହ ଧରି ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଏହା ହିଁ ଖବରର ପ୍ରମୁଖ ସୂତ୍ର ହୋଇଥିଲା।

୨୦୦୯ ମସିହାରେ ହଡ଼ସନ ନଦୀ ଉପରେ ଏକ ବିମାନ ଦୁର୍ଘଟଣାଗ୍ରସ୍ତ ହେଲା। ଏହି ଖବର ପ୍ରଥମେ ଟ୍ୱିଟରରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥିଲା। ଟ୍ୱିଟରରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଏହା ଏକ ଅବିସ୍ମରଣୀୟ ଉଦାହରଣ ହୋଇ ରହିଯାଇଛି। ଜାନିସ୍ କ୍ରୁମଙ୍କ ଏହି ଟ୍ୱିପିକ୍ ଓ ଟ୍ୱିଟ୍ ହଡ଼ସନ ବିମାନ ଦୁର୍ଘଟଣାର ପ୍ରତୀକ ହୋଇ ରହିଯାଇଛି।

୨୦୧୨ ମସିହାରେ ଆମେରିକୀୟ ଗାୟିକା, ଅଭିନେତ୍ରୀ, ପ୍ରଯୋଜକ ତଥା ମଡ଼େଲ ହ୍ୱିଟ୍‌ନୀ ହଷ୍ଟନଙ୍କ ପରଲୋକ ଘଟିଲା। ଏହି ଘଟଣା ମଧ୍ୟ ଟ୍ୱିଟରରେ ପ୍ରଥମେ ପ୍ରକାଶ ପାଇଥିଲା। ଶନିବାର ରାତିରେ ହଷ୍ଟନଙ୍କ ମୃତ୍ୟୁ ଘଟଣା ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ହେବାର ୨୭ ମିନିଟ ପୂର୍ବରୁ ଏହା ଟ୍ୱିଟରରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇସାରିଥିଲା। ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ନିଜର ୧୪ ଜଣ ଅନୁଗାମୀଙ୍କୁ ଜଣାଇଥିଲେ।

ଉପରୋକ୍ତ ଉଦାହରଣଗୁଡ଼ିକ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଏକ ଅଂଶ ଭାବେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ପ୍ରଚେଷ୍ଟାରେ କବରଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଇଥିଲା। କିନ୍ତୁ ସମୟକ୍ରମେ ଏହା ସଂସ୍ଥାଗତ କାର୍ଯ୍ୟର ରୂପ ନେଇଛି।

୨୦୦୯ ମସିହାରେ ଡିମୋଟିକ୍ସର ଶୁଭାରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା। ଲଣ୍ଡନଭିତ୍ତିକ ଡିମୋଟିକ୍ସ ଏକ ଉନ୍ମୁକ୍ତ ନ୍ୟୁଜୱେୟାର। ମୁକ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକତା ବୃତ୍ତିରେ ଥିବା ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ସୌଖିନ ହ୍ୟାକ୍ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଏହାର ଆରମ୍ଭ କରାଯାଇଥିଲା। ଏଥିରେ ଯେକୌଣସି ମୁକ୍ତବୃତ୍ତି ସାମ୍ବାଦିକ ବିବରଣୀ, ଛବି ଓ ଭିଡ଼ିଓ ଅପ୍‌ଲୋଡ଼ କରିପାରିବେ। ଏହି ସୂଚନା ବିଶ୍ୱର ୨୦୦ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ମଧ୍ୟରେ ବିନିମୟଶୀଳ।

ଆମେରିକା ଭିତ୍ତିକ ନାଗରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ୱେବ୍‌ସାଇଟ ଅଲ୍‌ଭଏସ ଇତିମଧ୍ୟରେ ୩ ବର୍ଷ ଅତିକ୍ରମ କରିଛି। ଏହାକୁ ବିଶ୍ୱର ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନର ନାଗରିକ ହ୍ୟାକ୍ କରି ନିଜ ଅଞ୍ଚଳର ସୂଚନା ଅପଲୋଡ଼ କରିପାରିବେ। ଏହା ନାଗରିକଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ଉତ୍ତମ ସମ୍ବାଦ ୱେବ୍‌ସାଇଟ।

ଗ୍ଲୋବାଲ ଭଏସ୍ ହେଉଛି ଏକ ଅନ୍‌ଲାଇନ। ଏହା ଏକ ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସୀମାବିହୀନ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଯେଉଁଥିରେ ଲେଖକ, ବିଶ୍ଲେଷକ, ଅନ୍‌ଲାଇନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଶେଷଜ୍ଞ ଓ ଅନୁବାଦକଙ୍କୁ ମିଶାଇ ୧୪୦୦ରୁ ଅଧିକ ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀ ସାମିଲ ଅଛନ୍ତି। ୨୦୦୫ ମସିହାରୁ ଏହା ନାଗରିକ ମିଡ଼ିଆ ରିପୋର୍ଟିଂ କଥୋପକଥନ ଜାରି ରଖିଛି। ଆମେ

ଇଣ୍ଟରନେଟ୍, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ, ସ୍ୱାଧୀନ ପ୍ରେସ ଓ ବ୍ଲଗରେ ପାଇପାରୁ ନଥିବା ଖବର ଓ ବିବରଣୀ ସଂପର୍କରେ ଏଥିରେ ତନଖି କରାଯିବା ସହ ଆବଶ୍ୟକ ରୂପ ଦେଇ ୪୦ଟି ଭାଷାରେ ଅନୁବାଦ କରାଯାଇଥାଏ। ୧୬୭ଟି ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଏହା ପ୍ରସାରିତ। ଅବହେଳିତ ଓ ଅଣପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ବର୍ଗର ହୃଦୟସ୍ପର୍ଶୀ ତଥା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବିବରଣୀ ପ୍ରସାରଣ ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଗ୍ଲୋବାଲ ଭଏସ୍ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ। ଅନ୍‌ଲାଇନ ଖବର ଯାଞ୍ଚକୁ ଗ୍ଲୋବାଲ ଭଏସ୍ ବିରୋଧ କରେ। ଜନସାଧାରଣ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ହସ୍ତଗତ କରିବାର ନୂଆ ଧାରାକୁ ଏହା ସମର୍ଥନ କରେ। ଗ୍ଲୋବାଲ ଭଏସ୍ ରିପୋର୍ଟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ସହ ସଂପାଦନା, ଅନୁବାଦ, ଗୋଷ୍ଠୀ ସଶକ୍ତିକରଣ, ଅନ୍‌ଲାଇନ ସ୍ୱାଧୀନତା, ଅଧିକାରକୁ ସମର୍ଥନ ଓ ଖବର ଯାଞ୍ଚକୁ ବିରୋଧ କରିବା ଦିଗରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

ଦୁଇଟି ଉଦାହରଣ ଦ୍ୱାରା ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଞ୍ଚ ଉପଲବ୍ଧ ଦ୍ୱାରା ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ପାଇଁ ମିଳିଥିବା ଅସୀମ ସୁଯୋଗ ସଂପର୍କରେ ଆମେ ବୁଝିପାରିବା।

୪.୭ ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା

ସାଂପ୍ରତିକ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯୁଗରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ହେଉଛି ଜନଗଣଙ୍କ ପାଇଁ ଖବର ମଞ୍ଚ। ଏହା ଜନତାଙ୍କର, ଜନତାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଓ ଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ । ଏହା ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନ କରିବା ସହ ଗଣତନ୍ତ୍ରକୁ ସଶକ୍ତ କରିଥାଏ।

ବିହାରର ଭାଗଲପୁର ହେଉଛି ଏକ କ୍ଷୁଦ୍ର ସହର। ସହରରେ ଏକ ଚେନ୍ ଛିନତାଇ ଅଭିଯୁକ୍ତକୁ ପ୍ରଥମେ ବିଶୃଙ୍ଖଳ ଜନତାଙ୍କ ନିର୍ଘାତ ମାଡ଼ ଓ ପରେ ପୁଲିସ ମାଡ଼ ମାରିଥିଲେ। ଏପରିକି ପୁଲିସ ମୋଟରସାଇକେଲରେ ଅଭିଯୁକ୍ତକୁ ବାନ୍ଧି କିଛି ଦୂର ଟାଣି ନେଇଥିଲେ। ଏହି ଦୃଶ୍ୟ ଜଣେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ ଉତ୍ତୋଳନ କରିଥିଲେ। ଏହି ଛବିଟି ସାରା ରାଷ୍ଟ୍ରର ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିଥିଲା। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଚାପ ସହ ମାନବିକ ଅଧିକାରର ଖୋଲାଖୋଲି ଅସଦାଚରଣକୁ ବ୍ୟାପକ ସମାଲୋଚନା କରାଯିବାରୁ ବିହାର ସରକାର ସଂପୃକ୍ତ ପୁଲିସ ଅଧିକାରୀଙ୍କ ବିରୋଧରେ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଗ୍ରହଣ କରିଥିଲେ।

ଏକଦା ଜଣେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଖବର ଦେଶର ସମସ୍ତ ଖବର ନେଟ୍‌ୱର୍କର ଶିରୋନାମା ପାଲଟିଥିଲା। ଆଜମେର ନିକଟବର୍ତ୍ତୀ ବୋରାଜ ଗ୍ରାମରେ ୧୦୦୦ ପୁରୁଷଙ୍କୁ ଉଲଗ୍ନ କରାଯାଇଥିଲା। ଏହି ଘଟଣାରେ ସମଗ୍ର ରାଷ୍ଟ୍ରର ବିବେକ ଲଜ୍ଜିତ ହୋଇଥିଲା। ଗ୍ରାମର ଜଣେ ୩୫ ବର୍ଷ ବୟସ୍କା ମହିଳାଙ୍କ ଧର୍ଷଣକାରୀ ଚିହ୍ନଟ କରିବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସ୍ଥାନୀୟ ନିର୍ବାଚିତ ସଂସ୍ଥା ଗ୍ରାମ ପଞ୍ଚାୟତ ଏହି ପୁରୁଷମାନଙ୍କୁ ଉଲଗ୍ନ ହେବାକୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେଇଥିଲା।

ତୈଳବାହୀ ଟ୍ରେନରୁ ତୈଳ ଚୋରି ହେଉଥିବା ସଂପର୍କରେ ପଞ୍ଜାବ ଭିତ୍ତିକ ଜଣେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ ଖବର ପ୍ରକାଶ କରିଥିଲେ। ବହୁ ଶିଶୁ, ମହିଳା ଓ ପୁରୁଷ ବାଲଟିରେ ତୈଳ ଭର୍ତ୍ତି କରି ନେଉଥିବା ଖବର ପ୍ରକାଶ ପରେ ଦୋଷୀ ଅଧିକାରୀ ଚାକିରୀ ହରାଇଥିଲେ।

କିନ୍ତୁ ଏସବୁ ଉଦାହରଣ ହେଉଛି ସାଂପ୍ରତିକ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ହାଉଯାଉ ହେବା ପୂର୍ବର। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସୁଯୋଗ ଉପଲବ୍ଧ ହେବା ପରେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଛି। କେତେକ ଗୋଷ୍ଠୀ ଏହାକୁ ସଂଗଠିତ ଭାବେ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ କରିଛନ୍ତି। ଭାରତରେ ସଂଗଠିତ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର କେତେକ ଉଦାହରଣ ନିମ୍ନରେ ଦିଆଗଲା।

<u>ମେରି ନ୍ୟୁଜ</u> :

ଏହା ଏକ ଇଂରାଜୀ ଭାଷା ୱେବ୍ ପୋର୍ଟାଲ, ଯାହାର ଶୁଭାରମ୍ଭ ୨୦୦୬ ମସିହାରେ ହୋଇଥିଲା। ଏହି ୱେବସାଇଟର ସତ୍ତ୍ୱାଧିକାରୀ ହେଉଛନ୍ତି ବିଜ୍‌ସଲ ଆଡ଼ଭାଇଜର ପ୍ରାଇଭେଟ ଲିମିଟେଡ୍। ଖବର, ମତାମତ, ବିଶ୍ଳେଷଣ, ସମୀକ୍ଷା, ଫଟୋ ଏବଂ ଘଟଣା ପ୍ରେରଣ ପାଇଁ ଏହା ସମସ୍ତଙ୍କୁ ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ। ସାମ୍ବାଦିକତାର କୌଣସି ପୃଷ୍ଠଭୂମି ନଥାଇ ଭିପୁଲ କାନ୍ତ ଉପାଧ୍ୟାୟ ମେରି ନ୍ୟୁଜ ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲେ। ୨୦୧୧ ମସିହା ବେଳକୁ ଏହା ଭାରତର ସର୍ବବୃହତ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ପୋର୍ଟାଲରେ ପରିଣତ ହୋଇପାରିଥିଲା। ମେରି ନ୍ୟୁଜ ଡ଼ଟ କମ୍‌ର ମୁଖ୍ୟ ସଂପାଦକ ଭିପୁଲ କାନ୍ତ ଉପାଧ୍ୟାୟ ଏହି ମାଧ୍ୟମକୁ ଅଧିକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ କରିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି। ଏହାଫଳରେ ରାଜନୈତିକ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଅଂଶଗ୍ରହଣ ବୃଦ୍ଧି ପାଇ ଏହା ଫଳପ୍ରଦ ହୋଇପାରିବ ବୋଲି ତାଙ୍କର ଆଶା।

ପ୍ରଯୁକ୍ତିର ବିବର୍ତ୍ତନ ଓ ଯୋଗାଯୋଗ କ୍ଷେତ୍ରରେ ନୂତନ କାର୍ଯ୍ୟପ୍ରଣାଳୀର ଆଗମନ ସହ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ସୂଚନା ଆକାଂକ୍ଷା ବୃଦ୍ଧି ପାଇଛି। ଏଥିସହ ସୂଚନା ଧାରାରେ ବଡ଼ ପରିବର୍ତ୍ତନ ମଧ୍ୟ ଘଟିଛି। ଏହି କାରଣରୁ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ନିମନ୍ତେ ତତ୍କାଳ ତ୍ରୁଟିଶୂନ୍ୟ ସୂଚନା ଯୋଗାଣର ଆବଶ୍ୟକତା ଉପୁଜିଛି। ତେଣୁ ଜନତା- ଜନତା ମତବିନିମୟ ଏବେ ସର୍ବାଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ଅପରିହାର୍ଯ୍ୟ।

ସହଯୋଗମୂଳକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏବଂ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତା ଚିନ୍ତାଧାରା ଉପରେ ମେରି ନ୍ୟୁଜ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ। ପାରମ୍ପରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାଠାରୁ ଏହା ବହୁ ଊର୍ଦ୍ଧ୍ୱରେ। ଏଥିରେ ଦେଶର ନାଗରିକଙ୍କୁ ପଢ଼ିବା, ଲେଖିବା, ବିବରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା, ଅଭିମତ ପ୍ରଦାନ ଓ ବିତର୍କ କରିବା, ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ମତାମତ ଦେବା ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ। ଏକ ନୂଆ ଢ଼ାଞ୍ଚାରେ ଉଭୟ ଟେକ୍ସଟ୍ ଓ ଭିଜୁଆଲ ଆକାରରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ସୂଚନା ଯୋଗାଇବା ସହ ଜନମତ ଗଢ଼ି ତୋଳିବାରେ ଏହା ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

ସମାନ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ବିବିଧ ମତ ମିଳିଥାଏ। ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ସମୀକ୍ଷା ପାଇଁ ପ୍ରତ୍ୟେକ ମତ ଉନ୍ମୁକ୍ତ। ଏହାଦ୍ୱାରା ଅନ୍ତତଃ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମାନସିକତାର ପରିପ୍ରକାଶ ଘଟେ। ମୂଳ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇ ଏକ ସାଧାରଣ ମତର ରୂପ ନେଇଥାଏ। ଏହାଦ୍ୱାରା ମେରି ନ୍ୟୁଜ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ , ସୃଜନଶୀଳ ଶାସନ ବ୍ୟବସ୍ଥା ପାଇଁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇପାରିଛି।

ଭିଡ଼ିଓ ଭଲ୍ୟୁଣ୍ଟରର୍ସ : ଗୋଷ୍ଠୀ ସ୍ୱରର ସଶକ୍ତୀକରଣ :

ଇଣ୍ଟରନ୍ୟାସନାଲ କମ୍ୟୁନିଟି ମିଡ଼ିଆ ଅର୍ଗାନାଇଜେସନ୍ ପକ୍ଷରୁ ଅନୁନ୍ନତ ଅଞ୍ଚଳର ମହିଳା ଓ ପୁରୁଷଙ୍କୁ ଭିଡ଼ିଓ ସାମ୍ବାଦିକତା କୌଶଳରେ ସଶକ୍ତ କରାଯାଇଥାଏ। ଏହାଫଳରେ ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆସିପାରୁନଥିବା ନିଜ ସଂପ୍ରଦାୟର ସମସ୍ତ ଖବର ସଦସ୍ୟଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ। ଏହାଦ୍ୱାରା ଦାରିଦ୍ର, ଅନ୍ୟାୟ, ଓ ଅସମାନତା ଦୂରୀକରଣ ଦିଗରେ ପଦକ୍ଷେପ ନିଆଯାଇପାରେ। ଭାରତରେ ଏହି ସଂଗଠନ ପକ୍ଷରୁ ବିଶ୍ୱର ବୃହତ୍ତ ବେତନଭୋଗୀ ପ୍ରାୟୋଜକ ସଂପ୍ରଦାୟ ନେଟ୍‌ୱର୍କ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଛି। ହୀରା ଚିକ୍କଣ କରିବା କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିୟୋଜିତ ବସ୍ତି ବାସିନ୍ଦା ଓ ଶତାଧିକ ଗ୍ରାମବାସୀ, ଛାତ୍ର, ଶିକ୍ଷକ, କଳାକାର, ଫଟୋଗ୍ରାଫର, ରିକ୍ସାଚାଳକ, ଗୃହିଣୀ, ଦିନ ମଜୁରିଆ, ସମାଜର ଅବହେଳିତ ବର୍ଗର ଜନତାଙ୍କୁ ତାଲିମ ପ୍ରଦାନ ଦ୍ୱାରା ଗୋଷ୍ଠୀ ସଶକ୍ତ କରାଯାଇଛି। ଏହାଦ୍ୱାରା ସେମାନେ ସାମ୍ବାଦିକ ଓ କର୍ମୀ ହୋଇପାରିଛନ୍ତି।

ଭିଡ଼ିଓ ଭଲ୍ୟୁଣ୍ଟରର୍ସର ମୂଳ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହେଲା ବିଶ୍ୱର ଗରିବତମ ନାଗରିକଙ୍କୁ ବିଶ୍ୱ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଖେଳାଳୀ ହୋଇ ଗଢ଼ି ତୋଳିବାରେ ସହାୟତା କରିବା। ସେମାନେ ଦେଖୁଥିବା ଭୁଲ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରଣ କରିବା ପାଇଁ ସଂସ୍ଥା ସେମାନଙ୍କୁ ଅଧିକାର ଦେଇଛି। ଅବହେଳିତ ସଂପ୍ରଦାୟକୁ ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ସୃଜନଶୀଳ କୌଶଳ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଉଛି। ଭିଡ଼ିଓ ଭଲ୍ୟୁଣ୍ଟରର୍ସ ମଡ଼େଲ ଅନୁଯାୟୀ ସ୍ଥାନୀୟ ଭାବେ ପରିଚାଳିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜ ଅଞ୍ଚଳର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ସୂଚନା ବିନିମୟ ପାଇଁ ଶିକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ। ଏହି ସୂଚନା ବିନିମୟ ସ୍ଥାନୀୟ ବା ବିଶ୍ୱସ୍ତରୀୟ ହୋଇପାରେ।

ସମସ୍ତ ଅବହେଳିତ ସଂପ୍ରଦାୟ ନିଜସ୍ୱ ସ୍ଥାନୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇବା ସହ ନିଜସ୍ୱ ସଂସ୍କୃତି, ଦାବି, ତଳସ୍ତର ସମସ୍ୟା ଉନ୍ମୋଚିତ କରିପାରିବା ଭଳି ବିଶ୍ୱ ପ୍ରତିଷ୍ଠାର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଭିଡ଼ିଓ ଭଲ୍ୟୁଣ୍ଟରର୍ସ ରଖିଛି। ଆଲୋଚନା ଜରିଆରେ ସମସ୍ୟା ସମାଧାନର ମାର୍ଗ ଖୋଜି ବାହାର କରିବା ମଧ୍ୟ ଏହାର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ। ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ତାଲିମପ୍ରାପ୍ତ ଏହି ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଯୋଜିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରିତ ହେବା ସହ ନିୟମିତ ଅନ୍‌ଲାଇନରେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହୋଇଥାଏ। ସାରା ଦେଶରେ ଅବହେଳିତ ସଂପ୍ରଦାୟର ସ୍ଥାନୀୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମୟରେ ଉପସ୍ଥିତ ଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ।

ଦଳିତ କ୍ୟାମେରା :

ଦଳିତ କ୍ୟାମେରା ଏକ ୟୁ-ଟ୍ୟୁବ ଚ୍ୟାନେଲ ଯାହା ୨୦୧୧ ମସିହାରେ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଇଛି। ଏକ ସାଧାରଣ କ୍ୟାମେରା ଓ ପୁରୁଣା ଭିଡ଼ିଓ ରେକର୍ଡ଼ିଂ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଏହା ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା। ବିଭିନ୍ନ ସ୍ୱେଚ୍ଛସେବୀଙ୍କ ସହାୟତା ଯୋଗୁଁ ଏବେ କ୍ୟାମେରା ସଂଖ୍ୟା ୪ରେ ପହଞ୍ଚିଛି। ପଶ୍ଚିମବଙ୍ଗ ଓ ଆନ୍ଧ୍ରପ୍ରଦେଶରେ ଦଳିତ କ୍ୟାମେରା କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛି। ଦଳିତ କ୍ୟାମେରାକୁ ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀଙ୍କ ଏକ ଦଳ ବୋଲି କୁହାଯାଇପାରେ। ଜନସଭା, ପ୍ରତିବାଦ, ଆଲୋଚନା, କଥୋପକଥନ ଆଦିର ଭିଡ଼ିଓ ସେମାନେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ଇଣ୍ଟରନେଟ୍‌ରେ ଅପଲୋଡ଼୍ କରିଥାନ୍ତି। ସ୍ୱେଚ୍ଛାସେବୀଙ୍କ ଦାନରୁ ଖର୍ଚ୍ଚ ଭରଣା କରାଯାଇଥାଏ। ହାଇଦ୍ରାବାଦର ଇଂଲିଶ ଆଣ୍ଡ ଫରେନ ଲାଙ୍ଗୁଏଜ ୟୁନିଭରସିଟିର ଡ଼କ୍ଟୋରାଲ ପ୍ରାର୍ଥୀ ବାଥରାନ ରବିଚନ୍ଦ୍ରନ୍ ଏହି ଦଳିତ କ୍ୟାମେରା ଆରମ୍ଭ କରିଛନ୍ତି।

ଦଳିତ, ଆଦିବାସୀ, ବହୁଜନ ଓ ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ (ଡ଼ିଏବିଏମ)ଙ୍କ ସ୍ୱରର ଉତ୍ଥାନ ଦଳିତ କ୍ୟାମେରାର ମୁଖ୍ୟ ଲକ୍ଷ୍ୟ। ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସ୍ଥାନିତ ହେଉନଥିବା ବିଭିନ୍ନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଏହି ମଞ୍ଚରେ ସ୍ଥାନ ପାଇଥାଏ। ଏହା ମୁଖ୍ୟତଃ ଏକ ଗହଳି-ସୂତ୍ର ମଞ୍ଚ।

<u>ସବାରି : ଏକତ୍ରିତ ମହିଳା</u> :

ସବାରି ୱେବ୍‌ସାଇଟ ଦଳିତ ଓ ହରିଜନ ମହିଳାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ। ଖାଦ୍ୟ, ହିଂସା, ସମାନ ମଜୁରୀ ପାଇଁ ସଂଗ୍ରାମ, ବୈଷମ୍ୟ, ଦଳିତ ଓ ବହୁଜନଙ୍କ କଳା, ଆସବାବପତ୍ର ଓ ସଂଗୀତ ଏହି ମଞ୍ଚରେ ସ୍ଥାନ ପାଇଥାଏ। ଅବହେଳିତ ଓ ଲିଙ୍ଗଭେଦ ସଂକ୍ରାନ୍ତରେ ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆଗ୍ରହୀ ଜନତା ସବାରି ୱେବ୍‌ସାଇଟ ପଢ଼ିବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏହା ଜନପ୍ରିୟ, ସ୍ପଷ୍ଟ, ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ଓ ଅନ୍ତର୍ଦୃଷ୍ଟି ସଂପନ୍ନ ୱେବ୍‌ସାଇଟ।

<u>ସବାରିର ନିଜ କଥା</u> :

ଆମ୍ଭେମାନେ ଆଦିବାସୀ, ବହୁଜନ, ଦଳିତ ମହିଳା। ଆମ ସମାଜ, ଜୀବନ,ସଂପ୍ରଦାୟ, ପରିବାର ଓ ନିଜ ସହ ଉଠୁଥିବା ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଏହି ମଞ୍ଚରେ ଆମେ ମତ ବିନିମୟ କରୁଛୁ। ଏହା ଇତିହାସର ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ ଓ ଭବିଷ୍ୟତର ସ୍ୱପ୍ନ। ଆମେ ଏଠାରେ ନିଜ ସଂପ୍ରଦାୟର ପୁରୁଷଙ୍କ ସମେତ ପରସ୍ପର ମଧ୍ୟରେ ଆଲୋଚନା କରୁ। ମୁକ୍ତ ଚେତନା, ଜ୍ଞାନଭଣ୍ଡାର ତଥା ସୌରା ସଂପ୍ରଦାୟର ଉପଶମଦାତା ଆଦିମାତାଙ୍କ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଏହି ୱେବ୍‌ସାଇଟ ନାମ ସବାରି ବୋଲି ନାମିତ କରାଯାଇଛି। ଦକ୍ଷିଣ ଏସିଆରେ ଥିବା ଆମ ପୂର୍ବପୁରୁଷ, ଗୁରୁଜନ, ଭାଇ ଓ ଭଉଣୀଙ୍କ ଜାତି ବିରୋଧ ସଂଗ୍ରାମର ପରମ୍ପରା ସବାରି ସଦସ୍ୟମାନେ ବଜାୟ ରଖିଥାନ୍ତି। ଆମର ପ୍ରତ୍ୟେକ ଆଲୋଚନାରେ ସମାନ ବିଶ୍ୱର ସ୍ୱାର୍ଥ ନିହିତ ରହିଥାଏ।

<u>ସିଜିନେଟ୍ ସ୍ୱର</u> :

ବିବିସିର ପୂର୍ବତନ ସାମ୍ବାଦିକ ଶୁଭ୍ରାଂଶୁ ଚୌଧୁରୀ ଛତିଶଗଡ଼ବାସୀଙ୍କ ପାଇଁ ୨୦୧୦ ମସିହା ଫେବୃୟାରୀ ମାସରେ ସିଜିନେଟ୍ ସ୍ୱର ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲେ। ଛତିଶଗଡ଼ ମୁଖ୍ୟତଃ ଆଦିବାସୀ ଅଧ୍ୟୁଷିତ ରାଜ୍ୟ। ଏମାଟିର ମୂଳ ସନ୍ତାନ ଆଦିବାସୀ। ସେମାନେ ସାମାଜିକ ଓ ଆର୍ଥିକ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ଅବହେଳିତ ଓ ଗରିବ। ଛତିଶଗଡ଼ରେ ଖଣିଜ ଭଣ୍ଡାର ରହିଛି, କିନ୍ତୁ ମୌଳିକ ଶିକ୍ଷା ଓ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ସୁବିଧା ନାହିଁ। ଛତିଶଗଡ଼ବାସୀଙ୍କ ପାଇଁ ଆଦିବାସୀଙ୍କର ଭାଷା ଓ ସଂସ୍କୃତି ଜାଣିଥିବା ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ଏକ ବିଶ୍ୱସନୀୟ ସମ୍ବାଦ ସୂତ୍ରର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଥିବା ଚୌଧୁରୀ ଅନୁଭବ କରିଥିଲେ।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଛତିଶଗଡ଼ ଏକ କଷ୍ଟକର ଅଞ୍ଚଳ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳରେ ତାଲିମପ୍ରାପ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କ ଅଭାବ ଯୋଗୁଁ ସ୍ଥାନୀୟ ଆଦିବାସୀ ଭାଷା ଯଥା କୁରୁଖ ଓ ଗୋଣ୍ଡି ଭାଷାରେ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ସମ୍ବାଦ ସରବରାହ ଉତ୍ସ ନାହିଁ। ରାଜ୍ୟରେ କୁରୁଖ ଓ ଗୋଣ୍ଡି ଭାଷାଭାଷୀ ଅନ୍ୟୁନ ୨୦ ଲକ୍ଷ ଜନସାଧାରଣ ଅଛନ୍ତି। ରାଜ୍ୟରେ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ଟେଲିଭିଜନ ଚ୍ୟାନେଲର ଉପସ୍ଥିତି ରହିଛି। ତେବେ ଆଦିବାସୀ ଜନତାଙ୍କ ସ୍ୱର ବା ଆବଶ୍ୟକତା ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଖବର ଏଥିରେ ସ୍ୱଳ୍ପ ଦେଖାଯାଏ।

ସିଜିନେଟ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ଏକ ସାଧାରଣ ଟେଲିଫୋନରୁ ସଂସ୍ଥାକୁ ଫୋନ କଲେ ସେମାନଙ୍କ ଖବର ରେକର୍ଡ଼ିଂ କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ଅନ୍ୟ ବାର୍ତ୍ତା ସଂପର୍କରେ ସେମାନଙ୍କୁ ନିଜ ଭାଷାରେ ଶୁଣାଇ ଦିଆଯାଏ। ସିଜିନେଟ୍ ଏକ ଭଏସ ପୋର୍ଟାଲ । ଜନସାଧାରଣ ମୋବାଇଲ ଫୋନ ବା ଲ୍ୟାଣ୍ଡଲାଇନରୁ ଫୋନ କରି ନିଜ ଭାଷାରେ ଖବର ରେକର୍ଡ଼ିଂ କରାଇପାରିବେ। ଏହାର ଇନକମିଂ କଲ ଦେୟମୁକ୍ତ ଓ ଆଉଟଗୋଇଙ୍ଗ କଲ ପାଇଁ ସ୍ୱଳ୍ପ ମୂଲ୍ୟ ଦେବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ। କ୍ଷେତ୍ରରୁ ଏକ ବାର୍ତ୍ତା ରେକର୍ଡ଼ିଂ ହୋଇଯିବା ପରେ ବ୍ୟବସ୍ଥା ସହ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ସାମ୍ବାଦିକ ଏକ ୱେବ୍‌ଭିତ୍ତିକ ଇଣ୍ଟରଫେସ ବ୍ୟବହାର କରି ରିପୋର୍ଟ ତର୍ଜମା କରିବା ସହ ସତ୍ୟତା ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରିଥାନ୍ତି। ଅନୁମୋଦିତ ରିପୋର୍ଟ ଟେଲିଫୋନ ଯୋଗେଁ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ। ଅର୍ଥାତ ଜନସାଧାରଣ ଏହାକୁ ଟେଲିଫୋନରେ ଶୁଣିପାରନ୍ତି। ସିଜିନେଟ ସ୍ୱର ସାଇଟରେ ମଧ୍ୟ ଜନସାଧାରଣ ଏହା ପାଇପାରିବେ। ସିଜିନେଟ୍ ସ୍ୱରକୁ ଅଡ଼ିଓ ବ୍ଲଗ କୁହାଯାଇପାରେ ଯେଉଁଠି ନାଗରିକ ଭଏସ ରିପୋର୍ଟ ଅପଲୋଡ଼ କରିପାରିବେ।

ଏଠାରେ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ୱେବ ଆସେସର ଆବଶ୍ୟକତା ପଡ଼େ ନାହିଁ। ମୋବାଇଲ ଫୋନରେ ଏହାକୁ ଆସେସ୍ କରାଯାଇ ପାରୁଥିବାରୁ ଏହା ବ୍ୟବହାର କରିବା ଅଧିକାଂଶଙ୍କୁ ସହଜ ହୋଇଥାଏ। ସିଜିନେଟ୍ ଇଣ୍ଟରନେଟ ନିର୍ଭରଶୀଳ ନୁହେଁ। ଟେଲିଫୋନକାରୀ ଭଏସ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ। ଏଥିରେ ସ୍ୱର ରେକର୍ଡ଼ିଂ କରିବାର ବ୍ୟବସ୍ଥା ଥିବାରୁ ସାକ୍ଷରତା ଏକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ହୋଇ ରୁହେ ନାହିଁ। ଏଥିରେ ମହିଳାମାନେ ମଧ୍ୟ ସକ୍ରିୟ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି। ସିଜିନେଟ ସ୍ୱରକୁ ଦୈନିକ ପ୍ରାୟ ୫୦୦ କଲ ଆସିଥାଏ।

ଏହି ଉଦାହରଣ ଦ୍ୱାରା ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଭୂମିକା ଓ ସୁଯୋଗ ସଂପର୍କରେ ବୁଝାପଡ଼େ। ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ସମାଲୋଚକମାନେ ବିଷୟବସ୍ତୁର ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ନେଇ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇଥାନ୍ତି। ଏହାର ପକ୍ଷପାତି ମତାମତ, ବର୍ଣ୍ଣନାତ୍ମକ ସୂଚନା ନେଇ ମଧ୍ୟ ପ୍ରଶ୍ନ କରିଥାନ୍ତି। ଏଥିରେ ଚଳନୀୟ ବିଷୟ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ। ଏହା ଏକ ପ୍ରତିଧ୍ୱନୀ କୋଠରୀ ଭାବେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଗୋଟିଏ ମତାମତ ପ୍ରତିଧ୍ୱନୀ ପରି ବାରମ୍ବାର କୁହାଯାଇଥାଏ ବୋଲି ସମାଲୋଚକ ଅଭିଯୋଗ କରିଥାନ୍ତି। ଏସମସ୍ତ ସମାଲୋଚନା ସତ୍ତ୍ୱେ ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକତାର ଭବିଷ୍ୟତ ଉଜ୍ଜ୍ୱଳ। ଏହାର କାରଣ ହେଲା ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଞ୍ଚର ଉପଲବ୍ଧି। ସମସ୍ତ ପ୍ରକାର ଯୋଗାଯୋଗରେ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ଅଂଶଗ୍ରହଣକୁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅଧିକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ କରିପାରିବ। ସମୟକ୍ରମେ ଏହାର ବିଷୟବସ୍ତୁ ଉନ୍ନତରୁ ଉନ୍ନତତର ହେବା ଆଶା କରାଯାଏ।

୪.୮ ଆତ୍ମପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

୧) ହାତରେ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ ଧରିଥିବା ସମସ୍ତଙ୍କୁ ସାମ୍ବାଦିକ ଭାବେ ବିବେଚନା କରାଯାଇପାରିବ। କାହିଁକି

୨) ନାଗରିକ ସାମ୍ବାଦିକ କି ପ୍ରକାର ସମାଲୋଚନାର ସାମ୍ନା କରନ୍ତି ?

୪.୯ ସହାୟକ ଗ୍ରନ୍ଥସୂଚୀ

- ହେବରମାସ, ଜରଗେନ (୧୯୮୯), ଷ୍ଟ୍ରକଚରାଲ ଟ୍ରାନସ୍‌ଫରମେସନ ଅଫ ଦି ପବ୍ଲିକ ସ୍ପିୟର, କେମ୍ବ୍ରିଜ, ମାସ୍, ଏମଆଇଟି ପ୍ରେସ
- କେଲନର, ଡୁଗଲାସ (୧୯୯୦), ଟେଲିଭିଜନ ଆଣ୍ଡ କ୍ରାଇସିସ୍ ଅଫ ଡ଼େମୋକ୍ରାସି, ବୁଲଡ଼ର, ୱେଷ୍ଟଭିୟୁ ପ୍ରେସସ୍ପ