JMC-13
BLOCK-4

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ,
ସମ୍ବଲପୁର, ଓଡ଼ିଶା

Odisha State Open University
Sambalpur, Odisha

ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଉପେକ୍ଷିତ

ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱରସମୂହ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

କୃତଜ୍ଞତା

ଏହି ବ୍ଲକ୍‌ରେ ବ୍ୟବହୃତ ସାମଗ୍ରୀଗୁଡ଼ିକ ଆଇସିଟି (ଏନ୍‌ଏମ୍‌ଇ-ଆଇସିଟି) ମାଧ୍ୟମରେ ଜାତୀୟ ଶିକ୍ଷା ଅଭିଯାନ ଅନ୍ତର୍ଗତ ଇ-ପିଜି ପାଠଶାଳା ପ୍ରୟାସରେ ମାନବ ସମ୍ବଳ ବିକାଶ ବିଭାଗ ଦ୍ୱାରା ବିକଶିତ ଓ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ ଅନୁଦାନ ଆୟୋଗ ଦ୍ୱାରା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରାଯାଉଅଛି।

ଏହି ପାଠ୍ୟକ୍ରମର ମୁଖ୍ୟ ଗବେଷକ, ଗବେଷଣା ସଂଯୋଜକ, ଲେଖକ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ସମୀକ୍ଷକ ଓ ଭାଷା ସଂପାଦକଙ୍କ ଯୋଗଦାନ ପାଇଁ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ ସେମାନଙ୍କ ନିକଟରେ କୃତଜ୍ଞତା ପ୍ରକାଶ କରୁଛି।

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

ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣଯୋଗାଯୋଗ

JMC-13

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଉପେକ୍ଷିତ

ବ୍ଲକ୍-୦୪

ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱରସମୂହ ଏବଂ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ୟୁନିଟ୍ -୧ ଉପେକ୍ଷିତମାନଙ୍କର ଉପସ୍ଥାପନା (ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ)

ୟୁନିଟ୍ -୨ ଉପେକ୍ଷିତଙ୍କ ସ୍ୱର ଓ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ

ୟୁନିଟ୍ -୩ ଉପେକ୍ଷିତଙ୍କ ସ୍ୱର ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟବହାର

ୟୁନିଟ୍ -୪ ଶିଶୁ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ୟୁନିଟ୍ -୫ ଅକ୍ଷମତା ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ୟୁନିଟ୍ -୬ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଓ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗ

ବିଶେଷଜ୍ଞ କମିଟି

ଡ. ମୃଣାଳ ଚାଟାର୍ଜୀ

ପ୍ରଫେସର ଓ ମୁଖ୍ୟ, ଭାରତୀୟ ଜନସଂଚାର ସଂସ୍ଥାନ, ଢେଙ୍କାନାଳ **-ଅଧ୍ୟକ୍ଷ**

ଡ. ଆଶିଷ କୁମାର ଦ୍ୱିବେଦୀ, ଆସିଷ୍ଟାଣ୍ଟ ପ୍ରଫେସର (କମ୍ୟୁନିକେସନ୍ ଷ୍ଟଡ଼ିଜ୍), ଶିକ୍ଷା ଓ ଅନୁସନ୍ଧାନ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ଭୁବନେଶ୍ୱର **-ସଭ୍ୟ**

ଶ୍ରୀ ସୁଧୀର ପଟ୍ଟନାୟକ, ସଂପାଦକ, ସମଦୃଷ୍ଟି **-ସଭ୍ୟ**

ଶ୍ରୀ ସୁଜିତ କୁମାର ମହାନ୍ତି, ଆସିଷ୍ଟାଣ୍ଟ ପ୍ରଫେସର, ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ ବିଭାଗ, ଓଡ଼ିଶା କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, କୋରାପୁଟ**-ସଭ୍ୟ**

ଡ. ଦୀପକ ସାମନ୍ତରାୟ

ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ, ନେସ୍‌ନାଲ ଏକାଡେମୀ ଅଫ୍ ବ୍ରଡ଼କାଷ୍ଟିଂ ଆଣ୍ଡ ମଲ୍‌ଟିମିଡ଼ିଆ, ଭୁବନେଶ୍ୱର**-ସଭ୍ୟ**

ଡଃ ଜ୍ୟୋତି ପ୍ରକାଶ ମହାପାତ୍ର, ସାମ୍ବାଦିକତା ଓ ଗଣ ଯୋଗାଯୋଗ ବିଭାଗ, ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର **-ଆବାହକ**

ଭୂମିକା	ନାମ	ସମ୍ବନ୍ଧନ
ମୁଖ୍ୟ ଗବେଷକ	**ପ୍ରଫେସର୍ ବିଶ୍ୱଜିତ ଦାସ**	ସେଣ୍ଟର୍ ଫର୍ କଲଚର, ମିଡିଆ ଆଣ୍ଡ ଗଭର୍ଣ୍ଣାନ୍‌ସ, ଜାମିଆ ମିଲିଆ ଇସଲାମିଆ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ- ୧୧୦୦୨୫
ଗବେଷଣା ସଂଯୋଜକ (ଯଦି କେହି ଥାଆନ୍ତି)	**ପ୍ରଫେସର୍ ଜଗତି ଚିନ୍ନାରାଓ,** **ଡ. ଅମୀୟ କୁମାର ଦାସ**	ସିଏସ୍‌ଡିଇ/ଏସ୍‌ଏସ୍‌ଏସ୍/ଜେଏନ୍‌ୟୁ, ତେଜପୁର ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ
ପାଠ୍ୟକ୍ରମ ଲେଖକ	ଡ. ଅମୀୟ କୁମାର ଦାସ (ୟୁନିଟ୍-୧) ସୁଶ୍ରୀ ପମିଦି ହାଗ୍‌ଜେର୍ (ୟୁନିଟ୍-୨) ଡ. ପ୍ରଫୁଲ୍ଲ କୁମାର ନାଥ (ୟୁନିଟ୍-୩) ସୁଶ୍ରୀ ପ୍ରାର୍ଥନା ବରୁଆ (ୟୁନିଟ୍-୪) ସୁଶ୍ରୀ କୁନ୍ତଳା ଦୋଓ୍ୱରା (ୟୁନିଟ୍-୫)	ତେଜପୁର ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ ତେଜପୁର ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ ଆସାମ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ କଟନ୍ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ କଟନ୍ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ
ବିଷୟବସ୍ତୁ ସମୀକ୍ଷକ	**ପ୍ରଫେସର୍ ବିଶ୍ୱଜିତ ଦାସ**	ସେଣ୍ଟର୍ ଫର୍ କଲଚର, ମିଡିଆ ଆଣ୍ଡ ଗଭର୍ଣ୍ଣାନ୍‌ସ, ଜାମିଆ ମିଲିଆ ଇସଲାମିଆ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ,
ଭାଷା ସଂପାଦକ	**ପି. କେ. ଶତପଥୀ**	ଇଂରାଜୀ ବିଭାଗ, ସ୍କୁଲ୍ ଅଫ୍ ଓପନ ଲର୍ଣ୍ଣିଂ, ଦିଲ୍ଲୀ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ

ଅନୁବାଦ ସମ୍ପାଦନା

ଅନୁବାଦ- ବିଦ୍ୟାଧର ପଣ୍ଡା, ବରିଷ୍ଠ ସାମ୍ବାଦିକ

ସମ୍ପାଦନା- ସଂବିତ ମିଶ୍ର, ଶୈକ୍ଷିକ ପରାମର୍ଶଦାତା, ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ

ସାମଗ୍ରୀ ଉତ୍ପାଦନ

ଡ. ମାନସ ରଞ୍ଜନ ପୂଜାରୀ

କୁଳସଚିବ

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର

OSOU, 2021 **MARGINAL VOICES AND MEDIA** made available under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 http://creativecommons.org/licences/by-sa/4.0

Printed by :

ୟୁନିଟ– ୧: ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଉପେକ୍ଷିତଙ୍କ ଉପସ୍ଥାପନା

୧.୦: ବିଷୟର ଗଠନ

୧.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୧.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

୧.୩: ଦଳିତବର୍ଗ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୧.୪: ଆଦିବାସୀ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୧.୫: ମହିଳା ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୧.୬: ଉପେକ୍ଷିତବର୍ଗ ଓ ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୧.୭: ସାରାଂଶ

୧.୮: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତମାନଙ୍କ ଉପସ୍ଥାପନା କିପରି ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉପାଦେୟ ହୁଏ ତାହା ବୁଝିବାରେ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍‌ଟି ତୁମକୁ ସହାୟତା କରିବ। ଏହା ମଧ୍ୟ ବିଭିନ୍ନ ଆଞ୍ଚଳିକ ଗୋଷ୍ଠୀର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହିତ ସେମାନଙ୍କ ସଂପର୍କକୁ ବୁଝିବାରେ ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀମାନଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକର ଉପସ୍ଥାପନା ଉପରେ ତାତ୍ତ୍ୱିକ ଆଲୋଚନାରେ ନିୟୋଜିତ ହେବାରେ ମଧ୍ୟ ଏହା ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀମାନଙ୍କୁ ସହାୟତା ପ୍ରଦାନ କରିବ। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସେମାନଙ୍କ ଉପସ୍ଥାପନା ଓ ଉପସ୍ଥାପନାର ଅଭାବର ଗୁରୁତ୍ୱ ବୁଝିବାର ପ୍ରାସଙ୍ଗିକତା ଶେଷରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଉପେକ୍ଷାକୁ ବୁଝିବା ଲାଗି ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀମାନଙ୍କ ଧାରଣାକୁ ସଙ୍ଗଠିତ କରିବାର ଭିତ୍ତି ପକାଇବ।

୧.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

ଯୋଗାଯୋଗ ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ବଳିଷ୍ଠ ମାଧ୍ୟମ ଅଟେ। ରାଜନୈତିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ ପ୍ରଭାବ ସୃଷ୍ଟି ଓ ପ୍ରସାରଣ ପାଇଁ ଏହା ଏକ ଅନୁଷ୍ଠାନ। ଏହା ଜନମତକୁ ରୂପ ଦେବାରେ ଓ ସମାଜରେ ଏକ ଚର୍ଚ୍ଚା ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ସହାୟତା କରିଥାଏ। ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ନେଇଥାଏ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ତାହା ଉପରେ ଦୃଷ୍ଟି ନିକ୍ଷେପ କରେ। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକର ଉପସ୍ଥାପନାରେ ଥିବା ଅନ୍ତର୍ନିହିତ ସମସ୍ୟାର ସମାଧାନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସଂପର୍କରେ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରେ; ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ସାମ୍ନାକୁ ଆଣେ, ଏହି ସାହାଯ୍ୟ କିପରି ସେମାନଙ୍କ ସମସ୍ୟା ହାତକୁ ନେବା ପାଇଁ ରାଷ୍ଟ୍ର

ଉପରେ ଚାପ ପକାଏ ଏବଂ କିପରି ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ଉପସ୍ଥାପନାର ଏକ ଅଭାବ ରହିଛି ତାହା ସୂଚାଇଥାଏ।

ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସୂଚନାଗୁଡିକ ବିଭିନ୍ନ ରୂପ ଯଥା:- ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମ, ଦୃଶ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ବିଭିନ୍ନ ରୂପରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଉପସ୍ଥାପନା ହୋଇଥାଏ। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଛାଡ଼ିଦେଲେ ଉଭୟ ଛାପା ଓ ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ କ୍ୱଚିତ ପ୍ରକାଶିତ ହୁଏ। ମୂଳତଃ, ଦଳିତମାନଙ୍କ ଉପରେ ଜାତିଭିତ୍ତିକ ହିଂସାର ଘଟଣାଗୁଡ଼ିକ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଖବର ରୂପେ ପ୍ରକାଶ ପାଏ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଲୋକଙ୍କ ସହ ସଂପର୍କିତ ସମସ୍ୟାର ଖବର କ୍ୱଚିତ ଗୋଟିଏ ଦିନରେ ଛାପା ହୋଇଥିବା ସମସ୍ତ ଖବରର ୨%କୁ ଟପିଥାଏ। ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ, କେତେକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଆଦିବାସୀମାନଙ୍କୁ ମୁଖ୍ୟତଃ ବିକାଶ-ବିରୋଧୀ ରୂପେ ଚିତ୍ରଣ କରାଯାଏ। ଜୀବନଜୀବିକା ପାଇଁ ଆଦିବାସୀମାନେ ନିର୍ଭର କରୁଥିବା ଜଙ୍ଗଲ ସମ୍ବଳର ଶୋଷଣ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଅଳ୍ପମାତ୍ରାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୁଏ। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିକାଶ ଫଳରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ସେମାନଙ୍କ ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନରେ ସାମ୍ନା କରୁଥିବା ନିର୍ଯ୍ୟାତନା ଓ ନିଜସ୍ୱ ଅନୁଭୂତିକୁ ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ଗୋଟିଏ ମଞ୍ଚ ପାଇଲେ। ବିଭିନ୍ନ କାରଣ ପାଇଁ, ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ଜୀବନ ଓ ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନ୍ତ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ଛାପା ଓ ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସ୍ଥାନିତ କରେନାହିଁ।

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହି ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କୁ ନିଜ ଗୋଷ୍ଠୀ ମଧ୍ୟରେ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କରିବା, ଅନ୍ୟ ଗୋଷ୍ଠୀକୁ ଏହା ସଂପ୍ରସାରିତ କରିବା ଓ ସମୂହ ସଂହତି ପାଇଁ ଏକ ସ୍ୱର ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ। ଛାପା ଓ ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ସଂପର୍କିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପସ୍ଥାପନାର ବିଭିନ୍ନ ରୂପ ଓ ଏହି ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକ ଦ୍ୱାରା ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ, ତାହା ନିମ୍ନରେ ବିଶଦ ଭାବେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଛି।

୧.୩: ଦଳିତବର୍ଗ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ସୂଚନା ପ୍ରସାରଣ ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ଅପରିହାର୍ଯ୍ୟ ଯନ୍ତ୍ର; ଏହା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ ଏହା ଯେକୌଣସି ଦେଶର ଲୋକଙ୍କ ସାମାଜିକ, ରାଜନୀତିକ, ଅର୍ଥନୀତିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ ଜୀବନକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଥିବା ବ୍ୟାପକ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକୁ ସ୍ଥାନିତ କରିଥାଏ। ଏହି ସୂଚନାଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରସାରଣ କେବଳ ସେହି ଲୋକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରସଙ୍ଗ ବିଷୟରେ ଅବଗତ କରିଥାଏ ତାହା ନୁହେଁ, ଜନମତ ସୃଷ୍ଟିରେ ମଧ୍ୟ ଏହାର ଯୋଗଦାନ ରହିଛି। ଦେଶରେ ଓ ଦେଶ ବାହାରେ ସାମାଜିକ-ରାଜନୀତିକ ଆନ୍ଦୋଳନର କାରଣ ଓ ଗୁରୁତ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ଏହା ଜନସମୁଦାୟକୁ ଜଣାଇଥାଏ। ବୃହତ୍ତର ସମୁଦାୟକୁ ଯୋଡ଼ିବା ଓ ସମୂହ କାରଣ ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କୁ ଏକାଠି କରିବାରେ ଏହା ଏକ ମାଧ୍ୟମ ପାଲଟିଛି। ବିଭିନ୍ନ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିବିଧ ଉପସ୍ଥାପନା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇ ପଡ଼ିଛି। ତେବେ ଆମେ ଯେତେବେଳେ ସେଭଳି ଉପସ୍ଥାପନାକୁ ଖୋଜୁ, ଆମେ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିଭିନ୍ନ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର

ଉପସ୍ଥାପନାରେ ଅଭାବ ଥିବା ସ୍ପଷ୍ଟ ଦେଖିଥାଉ । ଦଳିତମାନଙ୍କୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସାମିଲ କରିବା ପାଇଁ ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ କୌଣସି ଉଦ୍ୟମ ହୋଇନାହିଁ । ୧୯୯୦ ଦଶକର ମଧ୍ୟଭାଗରେ, ୱାସିଂଟନ୍ ପୋଷ୍ଟର ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ ବ୍ୟୁରୋ ଚିଫ୍, କେନେଥ୍ ଜେ, କୁପର୍ ଏକ ମନ୍ତବ୍ୟ ଦେଇଥିଲେ ଯେ, 'ଭାରତର ସଂଖ୍ୟାଗରିଷ୍ଠ ନିମ୍ନ ଜାତିର ଲୋକମାନେ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଏକ ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ ସ୍ୱର' । (କୁପର୍, ୧୯୯୬) । ସେହିପରି ଦିଲ୍ଲୀରେ କାର୍ଯ୍ୟରତ ଅନ୍ୟ ଜଣେ ଦଳିତ ସାମ୍ବାଦିକ ବି.ଜେ. ଉନିୟାଲ୍ (୧୯୯୬) କୁହନ୍ତି, 'ହଠାତ ମୁଁ ଅନୁଭବ କଲି ଯେ ସାମ୍ବାଦିକ ଭାବେ କାମ କରିବାର ଗତ ତିରିଶ ବର୍ଷ ଭିତରେ, ମୁଁ କେବେ ବି ଜଣେ ଦଳିତ ସାମ୍ବାଦିକଙ୍କୁ ଭେଟିନାହିଁ, ଜଣେ ବି ନୁହେଁ ।' ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକରେ ଦଳିତମାନଙ୍କର ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ଜରିଆରେ ଦେଶର ସ୍ୱରଗୁଡ଼ିକର ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକରଣର ଆବଶ୍ୟକତା ଥିବାର ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ବିଭିନ୍ନ ଦଳିତ ସଙ୍ଗଠନ ଉଠାଇଲେ । ପ୍ରସିଦ୍ଧ ସାମ୍ବାଦିକ ସିଦ୍ଧାର୍ଥ ବର୍ଦ୍ଧରାଜନ୍ ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀମାନଙ୍କର ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱରେ ଅଭାବ ରହିଛି ବୋଲି ଚିହ୍ନଟ କଲେ । ନିଜର ପରାମର୍ଶକୁ ହିନ୍ଦୁରେ ପ୍ରକାଶ କରି ବର୍ଦ୍ଧରାଜନ୍ (୨୦୦୬) ଲେଖିଥିଲେ ଯେ, 'ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ବାଦ୍ ପଡ଼ିଥିବା ସମାଜର ସେହି ବର୍ଗଗୁଡ଼ିକୁ (ଦଳିତ, ଆଦିବାସୀ, ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ପଛୁଆ ବର୍ଗ ଓ ମୁସଲିମ୍) ସଚେତନ ଭାବରେ ଆଣି ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌ରେ ବିବିଧତା ଭରି ଦିଆଯାଉ । ବାହାରେ ଅଯୁତ ପ୍ରାୟ ଅକୁହା କାହାଣୀ ଅପେକ୍ଷା କରି ରହିଛନ୍ତି । ଆମେ କେବଳ ସେହି କାହାଣୀକାର ମାନଙ୍କୁ କହିବାର ସୁଯୋଗ ଦେଇ ପାରନ୍ତେ ।' ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକରେ ସାମ୍ବାଦିକ ଚୟନ ପାଇଁ କୌଣସି ସଂରକ୍ଷଣ ନୀତି କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଉନଥିବାରୁ, ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ସ୍ୱଚ୍ଛତା ନଥାଏ ବୋଲି ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇବା କଷ୍ଟକର ହୋଇଥାଏ । ପୁଣି ଭାରତରେ, ସାମ୍ବାଦିକ ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ହେରଫେର କରିବା ପାଇଁ ମିଡିଆ ନେଟୱାର୍କ ଭିତରେ ଅଣଆନୁଷ୍ଠାନିକ ମାଧ୍ୟମରେ ଆହୁରି ଅନେକ ଉପାୟ ରହିଥାଏ ।

ଜାତି ଯୋଗୁ ଭାରତୀୟ ମାନସିକତାର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ତରରେ କାର୍ଯ୍ୟକରେ । ଖୁବ୍ ପୀଡ଼ାଦାୟକ ତଥ୍ୟ ହେଉଛି, ଏହା ଭାରତର ଅଧିକାଂଶ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାରେ ପ୍ରତିଫଳିତ ଏବଂ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିତରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କର ଉପସ୍ଥାପନା ଦିଗରେ ଏଯାଏଁ କୌଣସି ଉଦ୍ୟମ କରାଯାଇନାହିଁ । ଆମ ଦେଶରେ ଦଳିତମାନଙ୍କୁ ନିର୍ଯ୍ୟାତନାର ଘଟଣା ନିରନ୍ତର ଘଟୁଛି । ଦଳିତମାନଙ୍କୁ ଉଚ୍ଚ-ଜାତିର ହିନ୍ଦୁମାନେ ଯେଭଳି ବ୍ୟବହାର ପ୍ରଦର୍ଶନ କରୁଛନ୍ତି ଓ ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନ ନିର୍ବାହ ପାଇଁ ସେମାନେ ଯେଉଁ ଯେଉଁ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛନ୍ତି ତା'ଉପରେ ତୁରନ୍ତ ଧ୍ୟାନ ଦିଆଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ସେମାନଙ୍କ ସଂଘର୍ଷର ଅଂଶ ସ୍ୱରୂପ ଆମ ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ଅଞ୍ଚଳରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ସମୟରେ ଅନେକ ଆନ୍ଦୋଳନ ମୁଣ୍ଡ ଟେକିଲା । ତେବେ, ଦଳିତଙ୍କ ସଂଘର୍ଷ ଓ ଆନ୍ଦୋଳନ ଉପରେ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ଟେଲିଭିଜନ ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ଗୁଡ଼ିକର ରିପୋର୍ଟରେ ଦଳିତଙ୍କ ସ୍ୱଳ୍ପ-ଉପସ୍ଥାପନା ପ୍ରତିଫଳିତ ହୋଇଛି । ତେଣୁ, ସେମାନଙ୍କ ସଂଘର୍ଷ ଓ ଆନ୍ଦୋଳନ ପ୍ରାୟ ସମସ୍ତ ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ଉପସ୍ଥାପିତ ନ ହୋଇ ରହିଯାଇଛି । ଯଦିଓ ହାତଗଣତି କିଛି ପ୍ରମୁଖ ଇଂରାଜୀ ଦୈନିକୀ ଓ ପତ୍ରିକା ସେମାନଙ୍କର କେତେକ କାହାଣୀକୁ ସ୍ଥାନିତ କରିବା ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତି, ଏହାର ଅର୍ଥ ନୁହେଁ ଯେ ଏହି ସମ୍ବାଦ-ଉତ୍ସଗୁଡ଼ିକ ଠିକ୍ ଅନୁପାତରେ ଦଳିତଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଉପସ୍ଥାପନ କରନ୍ତି । ସେହି ହାତଗଣତି ଇଂରାଜୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ରିପୋର୍ଟଗୁଡ଼ିକ

ଦଳିତଙ୍କ ପ୍ରତି ଅତ୍ୟାଚାରକୁ ସର୍ବସମ୍ମୁଖକୁ ଆଣେ ହେଲେ ଦଳିତଙ୍କ ପ୍ରତି ସେଭଳି ଅତ୍ୟାଚାର କାହିଁକି ଘଟୁଛି ତାହାର ଯୁକ୍ତି ଦର୍ଶାଇବାରେ ବିଫଳ ହୋଇଥାଏ। ତେଣୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିତରେ ଦଳିତମାନଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କେବଳ ଘଟଣାର ଖବର ପ୍ରସାରଣ ପାଇଁ ନୁହେଁ ବରଂ ଜାତିଭେଦ ଓ ସାମାଜିକ ଅସୂୟା ସହିତ ସଂପୃକ୍ତ ସମସ୍ୟା ସହ ଜଡ଼ିତ ହେବା ଖୁବ୍ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହୋଇ ଉଠିଛି।

୧.୪: ଆଦିବାସୀ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ଦେଶବ୍ୟାପୀ ଜନସମସ୍ୟାର ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି ବୋଲି ଚଳିତ ସମୟର ଅନେକ ବିଶେଷଜ୍ଞ ଦର୍ଶାଇଥାନ୍ତି। ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତି ସବୁ ପ୍ରକାରର ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ସାମିଲ କଲା ଭଳି ହେବା ଉଚିତ ବୋଲି ଦେଖିବା ମଧ୍ୟ ଅପରିହାର୍ଯ୍ୟ। ତେବେ, ବାସ୍ତବତା ହେଉଛି ଅଧିକାଂଶ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ଆମ ସମାଜର ପଛୁଆବର୍ଗକୁ କୌଣସି ସ୍ଥାନ ଦେବାରେ ବିଫଳ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଭାରତରେ ଆଦିବାସୀମାନେ ହେଉଛନ୍ତି ସେଭଳି ଏକ ବର୍ଗ ଯେଉଁମାନେ ନିଜର ଜୀବନ ଓ ସଂଘର୍ଷର ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ଏପରିକି ଆଞ୍ଚଳିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ମଧ୍ୟ କ୍ୱଚିତ ସ୍ଥାନ ପାଇଥାନ୍ତି। ଭାରତରେ ଆଦିବାସୀମାନଙ୍କ ସଂଘର୍ଷକୁ ଅତୀତରୁ ଅଣଦେଖା କରାଯାଇ ଆସିଛି। ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନ ଓ ସଂଘର୍ଷକୁ ଜାଣିବା ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କ ବସତି, ଜଙ୍ଗଲ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ବିଶେଷ କରି ସେମାନେ କିପରି ଏକ ବିଶାଳ ଭୂଖଣ୍ଡ ଓ ପରିବେଶକୁ ସୁରକ୍ଷା ଦିଅନ୍ତି ତାହା ଜାଣିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ସରକାର ଓ ପୁଞ୍ଜିବାଦୀ ଶକ୍ତିଠାରୁ ସେମାନେ ପ୍ରତିଦିନ ଯେଉଁ ପ୍ରକାରର ଆହ୍ୱାନଗୁଡ଼ିକୁ ସାମ୍ନା କରୁଛନ୍ତି ଓ ଯାହା ସେମାନଙ୍କୁ ବିସ୍ଥାପିତ କରୁଛି, ତାହା କୌଣସି ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସ୍ଥାନ ପାଏନାହିଁ। ସେମାନଙ୍କ ଅଧିକାରର ନିରନ୍ତର ଉଲ୍ଲଂଘନ ଗୁଡିକ ଯାହାକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ଆଲେଖ୍ୟ ଜରିଆରେ ଜାତୀୟ ଓ ସ୍ଥାନୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ହେବା ଉଚିତ ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୁଏନାହିଁ। ସତକଥା ହେଉଛି, ଆଦିବାସୀମାନେ ସାମାଜିକ ଭାବେ ବିଛିନ୍ନ ଥାଆନ୍ତି। ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗୋଷ୍ଠୀ ସେମାନଙ୍କ ଉପରେ ସାମାଜିକ, ରାଜନୀତିକ, ଅର୍ଥନୀତିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ ଭାବେ ପ୍ରଭାବ ବିସ୍ତାର କରିଥାନ୍ତି। ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନ ଓ ସଙ୍ଗଠନ ପ୍ରତି ବ୍ୟବସ୍ଥିତ ଅଣଦେଖା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ବଞ୍ଚିବାର ଅଧିକାର ଓ ସ୍ୱୀକୃତିର ସଂକୋଚନ କରାଯାଉଥିବାବେଳେ, ସେମାନଙ୍କ ସମସ୍ୟାର ସମାଧାନ ପାଇଁ ସରକାରଙ୍କ ଉପରେ ଚାପ ପକାଇବା ଭଳି କୌଣସି ଗଣମାଧ୍ୟମ ହସ୍ତକ୍ଷେପର ଅଭାବ ରହିଛି। ଭାରତୀୟ ବିବିଧତାର ସୁରକ୍ଷା ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କ ସାଂସ୍କୃତିକ ଜୀବନ ଉପରେ କାହାଣୀ ହିଁ କେବଳ ଆଦିବାସୀଙ୍କ ଜୀବନ କ୍ଷୁଦ୍ର ରୂପରେ ପ୍ରକାଶ ପାଇଥାଏ। ଏହି ପ୍ରସାରଣ ମଧ୍ୟ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବା ଦୃଶ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ମନୋରଞ୍ଜନ ବିଭାଗରେ ସ୍ଥାନିତ ହୁଏ। ଆଦିବାସୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ରୂପେ କାମ କରୁଥିବା ହାତଗଣତି ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂଗଠନ (ମିଡିଆ ନେଟୱାର୍କ) ପାଣ୍ଠି ସଂଗ୍ରହ, ବିତରଣ, ପ୍ରସାରଣ ଓ ଏପରିକି ବେଳେବେଳେ ଛାପିବାରେ ମଧ୍ୟ ଅନେକ ଆହ୍ୱାନର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇଥାନ୍ତି, ଫଳରେ ସେହି ଗଣମାଧ୍ୟମ ବନ୍ଦ ହୋଇଯାଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଏକ ଆଦିବାସୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ **ଜୋହରସାହିୟା** ନିଜର ପ୍ରକାଶନକୁ ସ୍ଥାୟୀ ଭାବେ ବନ୍ଦ କରି ଦେଇଛି।

୧.୫: ମହିଳା ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ଭାରତରେ ମହିଳା ଜାଗରଣର ଏକ ଉଜ୍ଜ୍ୱଳ ଇତିହାସ ରହିଛି। ସମାନତା ଓ ସ୍ୱାଭିମାନ ଦାବିରେ ଅନେକ ଐତିହାସିକ ଲଢେଇ ଲଢାଯାଇଛି। ଏସବୁ ଆନ୍ଦୋଳନର ବାର୍ତ୍ତାକୁ ବ୍ୟାପକ ଭାବେ ପ୍ରସାରିତ କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା ଆପାତତଃ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ରହିଆସିଛି। ତେବେ ସମାନ ଅଧିକାର ଓ ସ୍ୱାଭିମାନର ପ୍ରଶ୍ନ ଏବଂ ଭାରତୀୟ ସମାଜର ପିତୃକୈନ୍ଦ୍ରିକ ପରମ୍ପରା ଭଳି ପ୍ରସଙ୍ଗ ସହ ଜଡ଼ିତ ଗଭୀର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ଉଠାଇବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାଂଘାତିକ ଭାବେ ବିଫଳ ହୋଇଛି। ଭାରତୀୟ ସମାଜର ସାମନ୍ତବାଦୀ ଓ ପିତୃକୈନ୍ଦ୍ରିକ ପରମ୍ପରା ସବୁବେଳେ ମହିଳାମାନଙ୍କ ଜୀବନ, ସେମାନଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଓ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବାର ଅଧିକାର ପୁରୁଷଙ୍କ ହାତରେ ରହିବାକୁ ଗଭୀର ଭାବେ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାରେ ପ୍ରମୁଖ କାରଣ ରହି ଆସିଛି। ଏପରିକି ସ୍ୱାଧୀନତା ପ୍ରାପ୍ତିର ଅନେକ ବର୍ଷ ପରେ ମଧ୍ୟ ସାମନ୍ତବାଦୀ ଓ ପିତୃକୈନ୍ଦ୍ରିକ ବିଧିବ୍ୟବସ୍ଥା ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଢଙ୍ଗରେ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇ ପାରିନାହିଁ। ଯଦିଓ ଚଳିତ ସମୟରେ କେତେକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜକୁ ପ୍ରଗତିଶୀଳ ବର୍ଗରେ ରଖିବାକୁ ଉଦ୍ୟମ କରୁଛନ୍ତି, ତଥାପି ସେମାନେ ମହିଳାଙ୍କ ଅଧିକାର ଓ ଉପେକ୍ଷାର ପ୍ରଶ୍ନକୁ ସାମ୍ନାକୁ ଆଣିବାରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ସଫଳ ହୋଇନାହାନ୍ତି। ମହିଳାମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ଭେଦଭାବ ଓ ଶୋଷଣ ଏକାଧିକ ସ୍ତରରେ ଘଟିଥାଏ। ଶୈଶବରୁ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଜୀବନର ବିଭିନ୍ନ ଅବସ୍ଥା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଜଣେ ମହିଳାଙ୍କୁ ଅନେକ ଭେଦଭାବର ସମ୍ମୁଖୀନ ହେବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ଯଥା: ଝିଅ ମାନଙ୍କର ଶିକ୍ଷାଲାଭ ଓ ନିଯୁକ୍ତିର ଅଧିକାରକୁ ଐତିହାସିକ ଭାବେ ମନା କରାଯାଇଆସଛି କିମ୍ବା ପୁତ୍ରସନ୍ତାନ ତୁଳନାରେ କମ୍ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଇ ଆସିଛି। ଜଣେ ମହିଳାଙ୍କୁ ବିବାହ ସମୟରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ କିନ୍ତୁ ଶିକ୍ଷା ବା ନିଯୁକ୍ତି ସମୟରେ ଦିଆଯାଏ ନାହିଁ। ଫଳସ୍ୱରୂପ, ଜଣେ ମହିଳା ପୁରୁଷର ଅଧସ୍ତନ ହୋଇ ରହିଥାନ୍ତି। ଯେଉଁ ସ୍ୱଳ୍ପ କେତେଜଣ ବଡ଼କଷ୍ଟରେ ପଢା ଶେଷ କରିପାରନ୍ତି, ସେମାନଙ୍କ ନିଯୁକ୍ତିବେଳେ ପାରିଶ୍ରମିକରେ ବ୍ୟାପକ ଭେଦଭାବର ଶିକାର ହୁଅନ୍ତି। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ ମହିଳାମାନଙ୍କ ପସନ୍ଦ ଓ ନିଷ୍ପତ୍ତିଗୁଡ଼ିକୁ ମଧ୍ୟ ପୁରୁଷପ୍ରଧାନ ସମାଜରେ ଐତିହାସିକ ଭାବେ ଅସମ୍ମାନିତ କରାଯାଏ। ପୁନଶ୍ଚ, ସେମାନେ ଏଭଳି ଏକ ପରିସ୍ଥିତିକୁ ଠେଲି ହୋଇଯାଆନ୍ତି ଯେ ଆମ ସମାଜରେ ନିଜର ଜୀବନକୁ ଅସୁରକ୍ଷିତ ମନେ କରନ୍ତି। ଭାରତରେ ମହିଳାମାନଙ୍କୁ ଅସଦାଚରଣ, ବଳାତ୍କାର, ଯୌନ ନିର୍ଯାତନା, ଅପହରଣ ଓ ହତ୍ୟା ଭଳି ଅପରାଧର ହାର ଖୁବ୍ ଉଚ୍ଚ। ତେବେ ଏଭଳି ଅଧିକାଂଶ ଘଟଣା ଅପ୍ରକାଶିତ ବା ଅଜଣାଅଶୁଣା ହୋଇ ରହିଯାଏ। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ ପ୍ରଯୋଜନା ଶୈଳୀରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଓ ପୁଞ୍ଜିବାଦର ପ୍ରବେଶ ଫଳରେ ମହିଳାମାନଙ୍କ ଆଗରେ ଅଧିକ ଆହ୍ୱାନ ଦେଖାଦେଇଛି। ମହିଳାଙ୍କୁ ବସ୍ତୁ ରୂପରେ ଦେଖା ଯାଉଛି, ଯାହା ପୁଞ୍ଜିବାଦୀ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଶୋଷଣ ଲାଗି ବାଟ ଫିଟାଉଛି। ଏସବୁ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ବୃହତ୍ତର ସମୁଦାୟ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚାଇବାରେ ଏବଂ ସମସ୍ୟାର ସମାଧାନ ପାଇଁ ଜନତାଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରିବାର ଅଛି। ମୌଳିକ ଅଧିକାରରୁ ବଞ୍ଚିତ ମହିଳାମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ଅଧିକାର ଓ ସାମର୍ଥ୍ୟ ସଂପର୍କରେ ସଚେତନ କରିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଧ୍ୟ ଏକ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇପାରିବ ।

ମହିଳାମାନଙ୍କ ସମସ୍ୟା ସହ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଏକ ସକ୍ରିୟ ସଂପୃକ୍ତି ଆମ ସମାଜରେ ମହିଳାମାନଙ୍କ ଅଧିକାର, ସମାନତା ଓ ସ୍ୱାଭିମାନକୁ ବୁଝିବାରେ ଏକ ମୌଳିକ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣି ପାରିବ।

୧.୬: ଉପେକ୍ଷା ଓ ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଆବିର୍ଭାବ ସହ ଅଶୁଣା ଓ ଅଣ-ଉପସ୍ଥାପିତ ସ୍ୱରଗୁଡ଼ିକ ସ୍ଥାନ ପାଇଛନ୍ତି। ନିଜର ମତ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବା ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଭିନ୍ନ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ଲାଗି ପ୍ରକୃତ ବିକଳ୍ପ ହୋଇ ପାରିଛି। ଚଳିତ ସମୟରେ, ଫେସ୍‌ବୁକ୍, ଟ୍ୱିଟର୍ ଇତ୍ୟାଦି ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ପୋଷ୍ଟ୍ କରାଯାଉଥିବା ଥ୍ରେଡ୍ ଛାପା ସହ ଦୃଶ୍ୟ ଭଳି ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ହେଡ୍‌ଲାଇନ୍ ହେଉଥିବା ଦେଖାଯାଇଛି। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଖୁବ୍ କମ୍ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ସାରା ଦେଶରେ ବିପୁଳ ସୂଚନା ପ୍ରସାରିତ କରେ, ଯାହା ଲୋକଙ୍କୁ କୌଣସି ଦେଶର ଉପାନ୍ତ ଅଞ୍ଚଳର ସମସ୍ୟା ବିଷୟରେ ଜାଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ତା'ନୁହେଁ ବରଂ ସେମାନଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ଯୋଡିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ। ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଆଧାରିତ ଆପ୍‌ରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକ ନିଜସ୍ୱ ଗୋଷ୍ଠୀ ତିଆରି କରିଛନ୍ତି ଏବଂ ସେମାନେ କେବଳ ନିଜର ସଂସ୍କୃତି ଓ ପରମ୍ପରା ଉପରେ ସୂଚନା ବାଣ୍ଟୁ ନାହାନ୍ତି ଏହା ସହିତ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଅତ୍ୟାଚାର ବିରୋଧରେ ଦଳ ତିଆରି କରିବା ପାଇଁ ଇଣ୍ଟର୍‌ନେଟ୍‌କୁ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି। ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ସୂଚନା ବଣ୍ଟନ ଓ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପରେ ଚର୍ଚ୍ଚାର ଆୟୋଜନ କରି ସେସବୁର ଆୟୋଜନ ଓ ସଶକ୍ତିକରଣରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଭୂମିକା ନେଇଥାଏ। ବିଭିନ୍ନ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ସେମାନଙ୍କ ଉଦ୍‌ବେଗକୁ ପ୍ରକାଶ କରିବା ଓ ଅନୁଭୂତିକୁ ବିଶ୍ୱବ୍ୟାପୀ ପ୍ରସାରିତ କରିବା ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ବ୍ୟବହାର କରିଥାନ୍ତି। ଏହି ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କୁ ନିଜ ଜୀବନର ଅଭିଜ୍ଞତା ବାଣ୍ଟିବା ଓ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଶୋଷଣ ବିରୋଧରେ ସ୍ୱର ଉତ୍ତୋଳନ କରିବା ପାଇଁ ଏକ ମାଧ୍ୟମ ରୂପେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ, ଯାହା କି ସେମାନଙ୍କର ସାଂପ୍ରତିକ ସଂଘର୍ଷକୁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ କରିବାରେ ପ୍ରମୁଖ ଭୂମିକା ନିଏ ଏବଂ ଅନ୍ୟ ଗୋଷ୍ଠୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରେରଣାର ଉତ୍ସ ପାଲଟେ।

୧.୭: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

ବିଭିନ୍ନ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ସହ ଜଡ଼ିତ ବିଭିନ୍ନ ସମସ୍ୟା ଉଠାଇବାରେ, କେବଳ ଏହାକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇ ପ୍ରକାଶ କରିବାରେ ନୁହେଁ ବରଂ ଜନମତ ସୃଷ୍ଟି କରି ସମାଜରେ ଆଖିଦୃଶିଆ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିବା ଓ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। କୌଣସି ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାମାଜିକ କୁସଂସ୍କାର ହଟାଇବା, ଉପେକ୍ଷା ଓ ଭେଦଭାବ ଦୂର କରିବା, ମିଥ୍ୟା ପ୍ରଚାରଠାରୁ ଉର୍ଦ୍ଧ୍ୱକୁ ଯିବା, ବିବିଧ ସ୍ୱରର ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ବିକଳ୍ପ ମଞ୍ଚ ଭାବରେ ଉଭା ହେବା ସହିତ ସାବଜନୀନ ମଞ୍ଚରେ ପରିଣତ ହେବାର ଏକ ଉପାଦେୟ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇ ପାରିବ। ତେଣୁ ଏହା ବୁଝିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ, ଗଣମାଧ୍ୟମ କେବଳ ପ୍ରଚାରର ଏକ ମଞ୍ଚ ନୁହେଁ ବରଂ ବୃହତ୍ତର ସମାଜକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ପାଇଁ ଏହାର ଏକ ଉତ୍ତରଦାୟିତ୍ୱ ରହିଛି।

୧.୮: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧. ଗଣମାଧ୍ୟମଗୁଡ଼ିକ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ବାସିନ୍ଦାଙ୍କ ସହ ଜଡ଼ିତ ଅଳ୍ପ ଖବର ପ୍ରକାଶ କରନ୍ତି। ଏହାର ଫଳାଫଳ କ'ଣ ହୋଇପାରେ ?

----

୨. ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ଉପସ୍ଥାପନାରେ ଅଭାବ ସଂପର୍କରେ ତୁମର ମତ କ'ଣ ?

----

୩. ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିଭଳି ଅବଦାନ ଦେଇଛି ?

ୟୁନିଟ୍ – ୨: ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱର ଓ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ

୨.୦: ବିଷୟର ଗଠନ

୨.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୨.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

୨.୩: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ

୨.୪: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ: ଭାବାର୍ଥରେ ଏକ ମୋଡ଼

୨.୫: ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱର ଓ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ

୨.୫.୧: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଦଳିତ ପରିଚୟ

୨.୫.୨: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଲିଙ୍ଗଗତ ପରିଚୟ

୨.୫.୩: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ

୨.୬: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

୨.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୨.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ୟୁନିଟ୍ ଦ୍ୱାରା ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ କ'ଣ ଓ ସେମାନେ ସାମଗ୍ରିକ ଭାବେ ସମାଜ ସହିତ କିଭଳି ଭାବବିନିମୟ କରିଥାନ୍ତି ସେ ସଂପର୍କରେ ତୁମେ ଶିକ୍ଷା କରିବ। ସମାଜର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବର୍ଗକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ଉପେକ୍ଷା କରେ ସେ ସଂପର୍କରେ ପରିସଂଖ୍ୟାନ ଓ ଉଦ୍ଧୃତି ସହ ଉପେକ୍ଷାକରଣର କେତେକ ଉଦାହରଣ ଜରିଆରେ ତାହା ଉପରେ ମଧ୍ୟ ପଠନ କରିବ।

୨.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ପରିଚୟ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥାଏ। ଉପେକ୍ଷାକରଣ ଉପାୟ ଓ ପ୍ରକ୍ରିୟାଗୁଡ଼ିକ ସହିତ ଏହା କାମ କରେ। ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ସାମାଜିକ-ରାଜନୀତିକ ଚର୍ଚ୍ଚା ଭିତରେ ଉପେକ୍ଷାର ଅର୍ଥକୁ ନେଇ ଆରମ୍ଭ ହୁଏ। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଧ୍ୟରେ ଥିବା ପାର୍ଥକ୍ୟ ଏବଂ ଏସବୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସୃଷ୍ଟି ହେବାର ଐତିହାସିକ ଓ ରାଜନୀତିକ ସନ୍ଧିକ୍ଷଣକୁ ବୁଝିବା ପାଇଁ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍‌ରେ ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଛି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହାର ସ୍ଥିତାବସ୍ଥା ବଜାୟ ରଖିଥିବାବେଳେ ଭାରତୀୟ ସମାଜରେ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ସମସ୍ୟାକୁ ଉଠାଇ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜର ପରିସୀମାକୁ ପରିବ୍ୟାପ୍ତ କରିଛି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ତରରେ ଉପେକ୍ଷାକରଣ ଓ ଉପେକ୍ଷାକରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ସମାଜରର ବିଭିନ୍ନ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗ କିପରି ଦୟନୀୟ ସ୍ଥିତିରେ ରହିଥାନ୍ତି ତାହା ବୁଝାଇବାରେ ପରବର୍ତ୍ତୀ ବିଭାଗଗୁଡ଼ିକରେ ପ୍ରୟାସ କରାଯାଇଛି।

ଉପେକ୍ଷାକରଣ ସହ ଭାରତୀୟ ବିକାଶ ପ୍ରକ୍ରିୟାର ସକ୍ରିୟ ସଂପୃକ୍ତି ଉପରେ ଅତି ନିକଟରୁ ନଜର ପକାଇଲେ, ନୀତି ପ୍ରସ୍ତୁତିର ପ୍ରକ୍ରିୟା ଜଣକୁ ଭାରତରେ ଅଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଚାଲିଥିବା ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ଉଠାଇବାରେ

ବା ଅଣଦେଖା କରିବାରେ ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା ସଂପର୍କରେ ବୁଝାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ। ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଭାରତୀୟ ଗଣତନ୍ତ୍ରର ଏକ ସ୍ତମ୍ଭ ରୂପେ ଧରାଯାଏ, ଯାହାର ଅନ୍ୟ ରାଜନୀତିକ ଅନୁଷ୍ଠାନ ଯଥା ବିଧାୟିକା, କାର୍ଯ୍ୟପାଳିକା ଓ ନ୍ୟାୟପାଳିକା ଉପରେ ପ୍ରଭାବପୂର୍ଣ୍ଣ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଥାଏ। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିତରେ ଉପେକ୍ଷିତଙ୍କ ସ୍ୱର ପ୍ରସଙ୍ଗଟି ଯେଉଁ ମାଧ୍ୟମଗୁଡ଼ିକ ଜରିଆରେ ଉଠେ ସେ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଜଣକୁ ଏକ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ଓ ଗଭୀର ଧାରଣା ହାସଲ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ, ଉପେକ୍ଷାକରଣ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଯଦି ବି ଉପସ୍ଥାପିତ ହୁଏ, ତେବେ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସହିତ ସକ୍ରିୟ ଭାବେ ଜଡ଼ିତ ହୁଏ ନା କିଛି ଅର୍ଦ୍ଧସତ୍ୟ ମଧ୍ୟରେ ଏହାକୁ ଛାଡ଼ି ଦିଆଯାଏ ତାହା ବୁଝିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଟେ।

ଯୋଗାଯୋଗ ତତ୍ତ୍ୱ-ପ୍ରଣେତା ହାରମାସ୍ ତାଙ୍କର ପ୍ରସିଦ୍ଧ ବହି 'ଦ ଷ୍ଟ୍ରକ୍‌ଚରାଲ୍ ଟ୍ରାନ୍ସଫର୍ମେସନ୍ ଅଫ୍ ଦ ପବ୍ଲିକ୍ ସ୍ଫିୟର୍'ରେ ଯୁକ୍ତି ଉପସ୍ଥାପନ କରନ୍ତି ଯେ, ପୁଞ୍ଜିବାଦୀ ସମାଜର ଆବିର୍ଭାବ ହେବା ପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୃହତ ଶିଳ୍ପସଂସ୍ଥା ସହିତ ମଧୁଚନ୍ଦ୍ରିକା ଆରମ୍ଭ କଲା। ପରିଶେଷରେ ଏହି ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ବୃହତ ଶିଳ୍ପସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକର ସ୍ୱାର୍ଥକୁ ଯାହା ସର୍ବାଧିକ ସୁହାଏ କେବଳ ସେସବୁର ପୁନଃଉପସ୍ଥାପକ ପାଲଟିଗଲା। ଏହା ସମସ୍ୟାଜନକ, କାରଣ କୌଣସି ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉଠାଇବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସଚ୍ଚାପଣିଆ ନେଇ ଭ୍ରୁକୁଞ୍ଚନ ସୃଷ୍ଟି ହେଲା। ପରେ ମାର୍କ୍ୟୁସ୍ ଓ ଆଡୋର୍ନୋଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ବିକଶିତ ଏହି ସମାଲୋଚନାତ୍ମକ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ବିବିଧତାବିହୀନ ଚିନ୍ତାଧାରା ପ୍ରତି ଅଙ୍ଗୁଳି ନିର୍ଦ୍ଦେଶ କରିଛି, ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯାହା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଧାରାରେ ପଡିଛି। ଗଣମାଧ୍ୟମର ଚର୍ଚ୍ଚା ଭିତରେ ଲିଙ୍ଗ ପ୍ରସଙ୍ଗର ଗତିପଥ କିପରି ବଦଳିଯାଇଛି ତାହାର ଏକ ବ୍ୟବସ୍ଥିତ ସମାଲୋଚନା ନାନ୍ସି ଫ୍ରେଜର୍, ବର୍ଗର୍ ଓ ଅନ୍ୟମାନେ ଉପସ୍ଥାପନ କରିଛନ୍ତି। ଏଭଳି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମାଲୋଚନାତ୍ମକ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ସତ୍ତ୍ୱେ, ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱରକୁ ଦମନ କରୁଥିବା ନେଇ କୌଣସି ସମାଲୋଚନାକୁ କୁଶଳତାର ସହ ବାଦ୍ ପକାଇ ଦିଆଯାଇଛି।

୨.୩: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ

ଏହି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ, 'କାହାର ଗଣମାଧ୍ୟମ, କାହାର ସ୍ୱର' ପ୍ରଶ୍ନଟିର ଅଧିକ ଶାଣିତ ହୋଇଛି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପରେ ନଜର ପକାଇଲେ, ଏହାସବୁ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ସମ୍ବଳ ଥିବା ବୃହତ ଶିଳ୍ପସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକର ମାଲିକାନାରେ ଥିବା ଅଞ୍ଚଳ ବୋଲି ଜଣାପଡେ। ସେମାନଙ୍କର ବିଶାଳ ପହଞ୍ଚ ଓ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟକ ପାଠକ/ଦର୍ଶକ ରହିଥାନ୍ତି। ସେମାନେ ରାଜନୈତିକ ନିଷ୍ପତ୍ତି-ନିର୍ଦ୍ଧାରଣରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି ଏବଂ ଶାସନକଳର ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ପ୍ରଭାବ ବିସ୍ତାର ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବାର ଶକ୍ତିଶାଳୀ ମାଧ୍ୟମ ହେବାରେ ସକ୍ଷମ ହୁଅନ୍ତି। ଏହି ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ନୋଆମ୍ ଚମ୍‌ସ୍କି **'ଏଲାଇଟ୍ ମିଡ଼ିଆ'** ବା ଉଚ୍ଚବର୍ଗ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୋଲି କୁହନ୍ତି ଯେଉଁମାନେ କି ବୃହତ ଶିଳ୍ପସଂସ୍ଥା ପକ୍ଷରେ ରହି କାର୍ଯ୍ୟପନ୍ଥା ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ ଏବଂ ଜନମତ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରନ୍ତି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ପ୍ରମୁଖ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଉପରେ ବିଶେଷ ଧ୍ୟାନ ଦେବାବେଳେ ଚମ୍‌ସ୍କି ମଧ୍ୟ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ କିଭଳି ଆମର ଚିନ୍ତନ ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିଥାଏ ତା'ଉପରେ ଦୃଷ୍ଟି ପକାଇଛନ୍ତି- 'ଆଗାମୀ ଦିନରେ ଆମେ କ'ଣ ପାଇଁ ଯତ୍ନଶୀଳ ହେବା ଏହା ତାହାର ସାରାଂଶ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ'।

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ସମାଜ ମଧ୍ୟରେ ଏଭଳି ଏକ ସଂପର୍କ ଥିବାବେଳେ, ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିତରେ ଥିବା ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ସଂପର୍କରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜାଣେନାହିଁ ବୋଲି କୁହାଯିବା କେବଳ ମିଥ୍ୟାପ୍ରଚାର କିନ୍ତୁ ପ୍ରକୃତ ଅଜ୍ଞାନତା ନୁହେଁ ବୋଲି ମନେହୁଏ। ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକର ସାଙ୍ଗଠନିକତାକୁ ନଜର ଦେଲେ, ସେମାନେ ମୁଖ୍ୟତଃ ସୁଗଠିତ ସାଂସ୍କୃତିକ ପୁଞ୍ଜି ବିଶିଷ୍ଟ କିଛି ବ୍ୟକ୍ତି ଓ ମୁଖ୍ୟତଃ ଉଚ୍ଚ ଜାତି ଓ ସ୍ୱଚ୍ଛଳ ବର୍ଗରୁ ଆସିଥାନ୍ତି। ଯଦି ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ କେଉଁଠି ବି ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗର ଉପସ୍ଥିତି ଥାଏ ତେବେ ସେଥିମଧ୍ୟରୁ ଅଧିକାଂଶ **ନ୍ୟୁଜ୍‌ମେକର୍** ବା ଖବର ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ନୁହେଁ ବରଂ **ନ୍ୟୁଜ୍-କଲେକ୍ଟର୍** ବା ଖବର-ସଂଗ୍ରହକାରୀ ରୂପେ ଉପସ୍ଥିତ ଥାଆନ୍ତି। ଏପରିକି ଯେତେବେଳେ ସମ୍ବାଦପାଠ ଭଳି ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଆସେ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ଦକ୍ଷତାକୁ ବିଚାର କରିବା ପୂର୍ବରୁ **'ଫେସ୍'** ବା ଚେହେରାର ମୂଲ୍ୟ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ।

ଏଭଳି ଭେଦଭାବମୂଳକ ପ୍ରକ୍ରିୟାଗୁଡ଼ିକ ଖବର-ପ୍ରସ୍ତୁତି ପ୍ରକ୍ରିୟାରୁ ଉପେକ୍ଷିତମାନଙ୍କୁ ବିଚ୍ଛିନ୍ନ କରି ଦେବା ଲାଗି ବାଟ ଫିଟାଇଛି। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ ଯେତେବେଳେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ଉଦ୍‌ବେଗ ପ୍ରକାଶର ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉଠେ, ସେହି ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ଯେମିତି ହେଲେ ବି ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ତରରେ ପହଞ୍ଚାଇ ଦିଆଯାଏ। ଜାତିଭିତ୍ତିକ ହିଂସାର ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକ ଆଦୌ ମୁଖ୍ୟଖବର ହୋଇ ନଥାଏ, ବରଂ ଏହା ଜାତିଭିତ୍ତିରେ ଗଠିତ ସମାଜର ସାମାଜିକ ବୈଷମ୍ୟରୁ ସୃଷ୍ଟ ନ ଦର୍ଶାଇ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ସମାଜରେ ଏକ ବ୍ୟତିକ୍ରମ ରୂପେ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୁଏ। ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ, ସର୍ବାଧିକ ବିକ୍ରି ହେଉଥିବା ସାମଗ୍ରୀ ହେଉଛି ସୂଚନା-ମନୋରଞ୍ଜନ। ଚୋମ୍‌ସ୍କି ଦର୍ଶାନ୍ତି ଯେ- ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମଗୁଡ଼ିକ ହିଁ ଅନେକ ସମୟରେ ବିଶାଳକାୟ ଶିଳ୍ପସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକର ଅଂଶବିଶେଷ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ସେ ଅନ୍ୟତମ ପ୍ରମୁଖ ଗଣମାଧ୍ୟମ **ସିବିଏସ୍** ବା **ନ୍ୟୁୟର୍କ ଟାଇମ୍‌ସ**ର ନଜିର ଦିଅନ୍ତି ଓ କୁହନ୍ତି ଯେ ଏହି ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକର **ୱେଷ୍ଟିଙ୍ଗ୍‌ହାଉସ୍** ବା **ଜେନେରାଲ୍ ଇଲେକ୍ଟ୍ରିକ୍** ସହ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସଂପୃକ୍ତି ରହିଛି।

ବିଶ୍ୱବ୍ୟାପୀ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଦ୍ରୁତ ଘରୋଇକରଣ ଫଳରେ ଛତୁ ଫୁଟିଲା ଭଳି ଅନେକ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଖୋଲିଲା। ଯେଉଁମାନଙ୍କର ମୁଖ୍ୟ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଥିଲା ଯେତେ ସମ୍ଭବ ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ଦର୍ଶକ ହାସଲ କରିବା। ସ୍ୟାଟେଲାଇଟ୍ ଓ କେବୁଲ୍ ବିତରଣ ବ୍ୟବସ୍ଥା ବହୁସଂଖ୍ୟକ ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଖୋଲିବା ଲାଗି ସୁଯୋଗ ଦେଲା। ସବୁଠୁ ଅଧିକ ସମ୍ଭାବନା ଥିବା ବୃହତ୍ତମ ବଜାର ଏସିଆରେ ସବୁଠୁ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଅଭିନବ ଘଟଣା ଥିଲା ୧୯୯୧ରେ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିବା ସାରା-ଏସିଆ ସାଟେଲାଇଟ୍ ସେବା ମର୍ଡୋକ୍‌ଙ୍କ **ଷ୍ଟାର୍ ଟିଭି**ର ଆବିର୍ଭାବ, ଯାହା ହଂକଂରୁ ପରିଚାଳିତ ହୁଏ ଏବଂ ଅନେକ ଏସୀୟ ଭାଷା ସମେତ ଇଂରାଜୀରେ ସବୁଠୁ ଅଧିକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ କରିଥାଏ। ମର୍ଡୋକ୍‌ଙ୍କ ମାଲିକାନାରେ ଥିବା ଏହି ଚ୍ୟାନେଲ୍, ଭାରତର ପାରମ୍ପରିକ ସମାଜକୁ ପାଶ୍ଚାତ୍ୟର ମନୋରଞ୍ଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆଣିଲା, ଯାହା କି ସାର୍ବଜନୀନ ପ୍ରସାରଣ ବିଧି ସଂପର୍କରେ ଏକ ପୁନର୍ବିଚାରର ଆବଶ୍ୟକତା ସୃଷ୍ଟି କଲା। ଏହି ଚ୍ୟାନେଲ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ଯଦି ଉପେକ୍ଷାର ବିଭିନ୍ନ ରୂପ ଯଥା ଜାତିଭିତିକ ହିଂସା, ଭେଦଭାବ, ଉପେକ୍ଷା ଆଦି ପ୍ରକୃତ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ଉଠାଇବେ ତେବେ ସର୍ବାଧିକ ଲାଭ କରିବାର ଲକ୍ଷ୍ୟ ପୂରଣ ହେବନାହିଁ। ବରଂ ସୂଚନା-ମନୋରଞ୍ଜନ ପୂର୍ଣ ଶକ୍ତିରେ କାମ କଲେ ବଜାରଯୋଗ୍ୟ ହେବାର ଅଧିକ ସୁଯୋଗ ରହିଛି। ଗୁପ୍ତା ଓ ଶର୍ମା (୧୯୯୬:୧୫) ଅନୁଭବ କରନ୍ତି, ଭାରତୀୟ

ଦୃଶ୍ୟପଟ୍ଟରେ, ଇଣ୍ଡିଆନ୍ ଏକ୍ସପ୍ରେସ୍ ଓ ଟାଇମ୍ସ ଅଫ୍ ଇଣ୍ଡିଆ ସମେତ ଅନେକ ପ୍ରମୁଖ ଇଂରାଜୀ ଭାଷାର ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ନବଭାରତ ଟାଇମ୍ସ, ଜନସତା, ପଞ୍ଜାବ କେଶରୀ, ଅମର ଉଜାଲା ସମେତ ବହୁ ହିନ୍ଦୀ ଭାଷାର ସମ୍ବାଦପତ୍ର ପକ୍ଷପାତମୂଳ ରାଜନୀତିକୁ ବୈଧ କରିବାରେ ସଂପୃକ୍ତ ହୋଇଛନ୍ତି।

୨.୪: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ: ଭାବାର୍ଥରେ ଏକ ମୋଡ଼

'ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ', ଏହି ପଦଟି ଅନେକ ସମୟରେ ସାମୂହିକ ଭାବେ ଏକ ବିଶାଳ ଜନସମୁଦାୟକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଥିବା ତଥା ସାଂପ୍ରତିକ ଚିନ୍ତନର ଧାରାକୁ ପ୍ରତିଫଳିତ ଓ ସୃଷ୍ଟି କରୁଥିବା ବିଭିନ୍ନ ବୃହତ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ସୂଚାଇଥାଏ। ଗୋଟିଏ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟସୂଚୀ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରେ ଓ କ୍ଷୁଦ୍ର ଗଣମାଧ୍ୟମଗୁଡ଼ିକ ଏହାର ଅନୁକରଣ କରନ୍ତି। ତେବେ ସମ୍ବାଦ ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଏହି ଶବ୍ଦର ଭାବାର୍ଥ ନିୟମିତ ଭାବେ ଏହାକୁ ଜନସ୍ୱାର୍ଥ, ଗଣତନ୍ତ୍ର ତଥା ଏକ ମୁକ୍ତ ସମାଜରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଶାସ୍ତ୍ରୀୟ ଭୂମିକା ସହ ଯୋଡ଼ିଥାଏ। ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିରୀକ୍ଷକ ଅନୁପ ସାହଙ୍କ ମତରେ, 'ସଂପୃକ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଏକ ବିଶେଷ ଉପାଦାନ ହେଉଛି ସେହି ଗଣତନ୍ତ୍ରରେ ସକ୍ରିୟ ଭାବେ ଭାଗ ନେବା ପାଇଁ ଠିକ୍ ରୂପେ ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତ ହେବା ଓ ଅଧୁନାତନ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଅନ୍ୟତମ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମାଧ୍ୟମ ରୂପେ ସେମାନଙ୍କ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ଅନେକ ଲୋକ ସୂଚନା ପାଇଥାନ୍ତି। . . . ଅଧିକାଂଶ ଲୋକେ ସେମାନଙ୍କର ବିଶ୍ୱଦୃଷ୍ଟି ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରୁ ପାଇଥାନ୍ତି। ତେଣୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ବସ୍ତୁନିଷ୍ଠ ହେବା ଓ ସାରା ବିଶ୍ୱରେ ଯାହା ଘଟୁଛି ତାହାର ଅବିକଳ ଓ ବିବିଧ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବା ଉଚିତ'।

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ଉପାଦାନଗୁଡ଼ିକ ସଂପର୍କରେ ଗୋଟିଏ ସଂଜ୍ଞା ଅଛି, ''ବୈଷୟିକ ଭାବେ 'ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ' ମୋଟାମୋଟି ଭାବେ ସଂସ୍କୃତି ଉପରେ ପ୍ରଭାବର **ସ୍ୱାଭାବିକ** ଦିଗ ସହ ତାଳ ଦେଇ ଚାଲୁଥିବା ଶାଖାଗୁଡ଼ିକୁ ନେଇ ଗଠିତ।'' ସମ୍ବାଦଭିତ୍ତିକ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ବାହକଗୁଡ଼ିକ ସାଧାରଣତଃ ଏହିସବୁ ଶାଖା ସହିତ ସଂପୃକ୍ତ ଦୈନିକ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ସାପ୍ତାହିକ ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ପତ୍ରିକା, ପ୍ରସାରଣ, କେବୁଲ୍ ଟେଲିଭିଜନ ଓ ରେଡିଓ ନେଟୱାର୍କ ଏବଂ ସମ୍ବାଦର ୱେବ୍ ସାଇଟ୍ ରୂପରେ ଚିହ୍ନିତ ହୋଇଥାନ୍ତି।

୨.୫: ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱର ଓ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ, ଅନେକ ସମୟରେ ସେମାନଙ୍କ ପରିଚୟ ହଜାଇ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀକୁ ବାଧ୍ୟ କରେ ଓ ତଥାକଥିତ 'ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ'ର ଚର୍ଚ୍ଚା ଭିତରେ ବିଲୀନ କରଦିଏ। ଉପେକ୍ଷିତଙ୍କ ପରିଚୟକୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତ ଯେପରି ଭାବେ ଦେଖିବାକୁ ଓ ସଂଜ୍ଞା ଦେବାକୁ ଇଚ୍ଛା କରେ, ସେହିପରି ବର୍ଗୀକରଣ କରୁଥିବାରୁ ଏହା ସମସ୍ୟା ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଧାରଣା ଭିତରେ ପାରମ୍ପରିକ ଅଧିବାସୀ ଭାବେ ଏହା କୌଣସି ସଂପ୍ରଦାୟର ପରିଚୟକୁ ଧ୍ୱଂସପଥକୁ ଟାଣିନିଏ।

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୁଖ୍ୟତଃ ସରକାରଙ୍କ ଆଧିପତ୍ୟକୁ ଦୃଢ଼ କରିବା ଓ ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ ଏକ ଆଦର୍ଶଗତ ମାଧ୍ୟମ ରୂପେ କାମ କରିଥାଏ। ତେଣୁ ଆମେ ସହଜରେ ଏହି ନିଷ୍କର୍ଷରେ ପହଞ୍ଚି ପାରିବା ଯେ

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ପରିସୀମା ଭିତରେ ସାମୂହିକତା ଏବଂ ଭିନ୍ନମତ, ସ୍ୱାଧୀନତା ଓ ସମାନତାକୁ ସମ୍ମାନ, ବିବିଧିତା, ପାରସ୍ପରିକ ସହନଶୀଳତା, ଆସ୍ଥା ଓ ଆଲୋଚନାର ନୀତି ପାଳନ କରୁଥିବା ଗଣତନ୍ତ୍ରର ବିକଳ୍ପ ରୂପ ପାଇଁ କୌଣସି ସ୍ଥାନ ନାହିଁ। ସ୍ଥିର ସାମାଜିକ ଶୃଙ୍ଖଳାକୁ ବଜାୟ ରଖି ସରକାର ନିଜ ସ୍ଥିତିକୁ ରକ୍ଷା କରିବା ସହ ବଜାୟ ରଖୁଥିବାରୁ ଭିନ୍ନମତକୁ ସରକାର ଦ୍ୱାରା ଗଠିତ ନିବିଡ଼ ଓ ଏକୀକୃତ ସାମାଜିକ ସଂଗଠନ ପ୍ରତି ବିପଦ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ପରିବର୍ତ୍ତନର ଉତ୍ସ ରୂପେ ଧରାଯାଏ। ଏହି ସମାନ ଉପାୟରେ ଭାରତୀୟ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱରଗୁଡ଼ିକୁ ଚାପିଦିଏ। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ, ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ସଂଘର୍ଷ ଶୁଣାଯାଏ ନାହିଁ, ଯେତେବେଳେ କି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଚର୍ଚ୍ଚାର ଶକ୍ତି ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱରକୁ ଅଣଦେଖା କରେ ଓ ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱର ଆଦୌ ଶୁଣାଯାଏ ନାହିଁ।

୨.୫.୧: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଦଳିତ ପରିଚୟ

ଭାରତରେ ପ୍ରାୟ ୧୦୦ଟି ଭାଷାରେ ପ୍ରକାଶ ପାଉଥିବା ୪,୦୦୦ ଦୈନିକ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ରହିଛି। ତେବେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଶାଳ ପରିସୀମା ଭିତରେ, ଯେଉଁ ଗୋଟିଏ ସ୍ୱର ସନ୍ଦିଗ୍ଧ ଭାବରେ ଅନୁପସ୍ଥିତ ଥାଏ ତାହା ହେଉଛି ଦେଶର ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ୭୦%ରୁ ଅଧିକ ଥିବା ନିମ୍ନ ଜାତିର ସ୍ୱର। ସମ୍ବାଦ-ପ୍ରସ୍ତୁତି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଦଳିତମାନଙ୍କ ଅନୁପସ୍ଥିତିର ଆଲୋଚନା ହୋଇ ସାରିଥିବାବେଳେ, କିପରି ଦେଶର ସଂଖ୍ୟାଗରିଷ୍ଠ (୭୦%) ଲୋକଙ୍କ ଅନ୍ଧାରରେ ଛାଡ଼ି ଦିଆଯାଇଛି ତାହା ଉଲ୍ଲେଖ କରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ଉପେକ୍ଷିତ ପରିଚୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ପ୍ରତି ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ସମର୍ପିତ ବୋଲି ଦାବି କରିବା ଲାଗି ଆମ ଦେଶରେ କୌଣସି ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ନାହାନ୍ତି। ଯଦି ଏଭଳି ଗଣମାଧ୍ୟମର ସୁରାକ ବି ମିଳେ, ତେବେ ସେମାନେ କେବଳ ତଥାକଥିତ 'ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ' ରୂପରେ ତିଷ୍ଠି ରହିଥାନ୍ତି।

ଦଳିତଙ୍କ ହକ୍ ଓ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ରାଜନୀତିରେ ସେମାନଙ୍କ ସଂପୃକ୍ତିର ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ତୋଳି ଧରିବାରେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଫଳ ହୋଇଛି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ୨୦୦୭ରେ ମାୟାବତୀ ଉତ୍ତରପ୍ରଦେଶର ମୁଖ୍ୟମନ୍ତ୍ରୀ ରୂପେ ନିର୍ବାଚିତ ହେବାବେଳେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ନିର୍ବାଚନ ଖବର ପ୍ରକାଶ ଅତି ଦୟନୀୟ ଥିଲା। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯଦି କେବେ ବି ଉପେକ୍ଷିତ ପରିଚୟକୁ ପ୍ରକାଶ କରିଛି ତେବେ ତାହା କେବଳ ସେମାନଙ୍କୁ ଦୁର୍ବଳ, ଶକ୍ତିହୀନ ଓ ଅକ୍ଷମ ରୂପେ ପ୍ରତିପାଦିତ କରି ଆସିଛି। ଏପରିକି ଦଳିତଙ୍କ ଖବର ପ୍ରସାରଣ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଧ୍ୟ ସମାନ ଆଚରଣ ଦେଖାଇଛି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ନେଇ କାନ୍ସୀ ରାମ ନିରାଶ ହୋଇ ପଡ଼ିଥିଲେ ଏବଂ ତେଣୁ ସେ ତାଙ୍କର ନିଜର ମାସିକ ପତ୍ରିକା 'ଦି ଅପ୍ରେସ୍ଡ୍ ଇଣ୍ଡିଆନ୍' (ଏପ୍ରିଲ୍ ୧୯୮୭) ଆରମ୍ଭ କଲେ। ଏହାର ଅନ୍ୟତମ କାରଣ ହେଉଛି, କାନ୍ସୀରାମ ବିଶ୍ୱାସ କରୁଥିଲେ ଯେ- ଦଳିତମାନଙ୍କ ଖବର ପ୍ରସାରଣରେ ଭାରତର ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର କଦାପି ବାସ୍ତବ ଚିତ୍ର ଉପସ୍ଥାପନ କରିପାରିବ ନାହିଁ। ଦଳିତଙ୍କୁ ଉପରେ ଆକ୍ରମଣ ଖବର କେବଳ ପରିସଂଖ୍ୟାନ ଓ ସଂଖ୍ୟା ଭିତରେ ସୀମାବଦ୍ଧ କିନ୍ତୁ ଆକ୍ରମଣକାରୀମାନେ କିଏ ଓ ସେମାନେ ଦଣ୍ଡ ପାଇଲେ କି ନାହିଁ ତାହାକୁ ଜାଣିଶୁଣି ଅପ୍ରକାଶିତ ରଖାଯାଏ। ଆକ୍ରମଣକାରୀମାନେ କିଏ ଓ ପୀଡିତମାନଙ୍କୁ ନ୍ୟାୟ ଦିଆଗଲା କି ନାହିଁ ସେଥିପ୍ରତି ଆଦୌ ଧ୍ୟାନ ଦିଆଯାଏନାହିଁ।

ଏହି ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ବାସ୍ତବ ଅର୍ଥରେ ପ୍ରକାଶ କରିବା ତୁଳନାରେ ହିଂସାକାଣ୍ଡର ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟକର ଖବର ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ବହନ କରେ। ଭାରତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଶିଳ୍ପ ପାରମ୍ପରିକ ଭାବରେ ଉଚ୍ଚ ଜାତିର ସ୍ୱାର୍ଥ ସହ ଜଡ଼ିତ ହୋଇ ରହି ଆସିଥିବାରୁ ଏହା ଆଦୌ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟଜନକ ନୁହେଁ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଯେତେବେଳେ ଦେଶରେ ସଂରକ୍ଷଣ ବିରୋଧୀ ଆନ୍ଦୋଳନ ହୋଇଛି ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦଳିତଙ୍କ ପାଇଁ ସଂରକ୍ଷଣର ବିରୋଧରେ ଯିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିଛି ଏବଂ ଏପରି ଭାବେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସ୍ୱଳ୍ପ କିମ୍ବା ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ ଭାବେ ପ୍ରକାଶିତ ହୁଏ।

ବହୁଜନ ସମାଜ ପାର୍ଟି (ବିଏସ୍‌ପି) ସଭାନେତ୍ରୀ ମାୟାବତୀ କାହିଁକି ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ ସୁସଂପର୍କ ରକ୍ଷା କରନ୍ତି ନାହିଁ ସେ ସଂପର୍କରେ, ମାଟକ୍ୱିନ୍ ଲଏଣ୍ଡ ତାଙ୍କ ବହି 'ପଲିଟିକ୍ସ ୱିଦାଉଟ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍'ରେ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ ଦଳ କାହିଁକି ସଂପୃକ୍ତ ହୁଏନାହିଁ ତାହାର ଏକ କାରଣ ହେଉଛି ଦଳ ସଂପର୍କରେ ଯେତିକି ଖବର ପ୍ରକାଶ ପାଏ, ଭାରତର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସାମାଜିକ ପରିବେଶ ଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପନ୍ନ ପ୍ରଚ୍ଛନ୍ନ ସାମାଜିକ ପକ୍ଷପାତ ଅନୁଯାୟୀ ଓ କଟକଣାରେ ଆବଦ୍ଧ ହୋଇ ତାହାର ଅର୍ଥ ବାହାର କରାଯାଏ। ଦଳିତମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ଏହି ପକ୍ଷପାତୀ ଧାରଣା ପାଇଁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିତରେ ଥିବା ଜାତିର ରୂପରେଖ ଏକ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ କାରଣ। ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ପ୍ରାୟ ସମସ୍ତ ସାମ୍ବାଦିକ ଓ ସଂପାଦକ ଉଚ୍ଚଜାତିର ସାମାଜିକ ପୃଷ୍ଠଭୂମିରୁ ଆସିଥାନ୍ତି। ଲଏଣ୍ଡ କୁହନ୍ତି, 'ଏହି ତଥ୍ୟ ସହ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭାବରେ ଅନେକ ସମ୍ବାଦପତ୍ରର ପାଠକ ଓ ବିଶେଷ କରି ସାଟେଲାଇଟ୍ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଦର୍ଶକଙ୍କ ଜାତି ଓ ସାମାଜିକ-ଅର୍ଥନୈତିକ ପୃଷ୍ଠଭୂମି ମିଳିତ ହୋଇ ଅର୍ଥାତ ଉତ୍ତରପ୍ରଦେଶର ଉଭୟ ଇଂରାଜୀ ଓ ହିନ୍ଦୀ ଭାଷାର ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସାମାଜିକ ପରିବେଶକୁ ଉପସ୍ଥାପିତ କରନ୍ତି ଯାହା ସାଧାରଣତଃ ଦଳିତ ସମାଜ ଦ୍ୱାରା ଗ୍ରହଣୀୟ ହେଉନଥିବା ଭାରତୀୟ ସମାଜର ଏକ ଧାରଣାକୁ ପ୍ରତିଫଳିତ କରିଥାଏ।'

୨.୫.୨: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଲିଙ୍ଗଗତ ପରିଚୟ

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଲିଙ୍ଗଗତ ପରିଚୟ ଓ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ଉପେକ୍ଷାକୁ ଅନେକ ସ୍ତରରେ ବୁଝି ହେବ। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଚର୍ଚ୍ଚାରେ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାରେ ସେମାନଙ୍କ ଉପସ୍ଥିତି ସ୍ତରରେ ହିଁ ମହିଳାମାନେ ଉପେକ୍ଷାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ସ୍ତରରେ ମହିଳାମାନେ ସାଙ୍କେତିକ ଉପେକ୍ଷାର ସାମ୍ନା କରିଥାନ୍ତି। ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାରେ ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ 'ବସ୍ତୁବାଚକ' ହୋଇଥାଏ ଓ ଏହାକୁ ପୁରୁଷର ତୀକ୍ଷ୍ଣ ନଜରରେ ରଖାଯାଇଥାଏ। ସିନେମା ଦୁନିଆରେ ମହିଳାମାନେ କିପରି ନିଷ୍କ୍ରିୟ ଗ୍ରାହକ ପାଲଟିଛନ୍ତି ଲୋକପ୍ରିୟ ସିନେମା ପ୍ରତି ଦୃଷ୍ଟି ପକାଇ, ମଲ୍‌ବେ ତାହାର ଏକ ମାନସିକ ବିଶ୍ଳେଷଣାତ୍ମକ ବିବରଣୀ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି।

ଖବର-ପ୍ରସ୍ତୁତି ଭିତରେ ମହିଳାଙ୍କ ଉପସ୍ଥିତି ମଧ୍ୟ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ହେବା ବଦଳରେ **ଫେସ୍‌ଭାଲ୍ୟୁ** ବା 'ଚେହେରା' ମୂଲ୍ୟ ଭିତରେ ସୀମିତ ହୋଇ ରହିଛି। ଅମ୍ମୁ ଯୋଶେଫ ବା କଳ୍ପନା ଶର୍ମା ସେମାନଙ୍କର ନିବନ୍ଧ 'ହୁଜ୍ ନ୍ୟୁଜ୍: ଦ ମିଡିଆ ଆଣ୍ଡ ୱିମେନ୍‌ସ ଇସ୍ୟୁଜ୍'ରେ କ୍ଷୁଦ୍ର କ୍ଷେତ୍ର ଭିତରେ କିପରି ମହିଳାଙ୍କ ଭୂମିକାକୁ ଅଧିକ ଗୌଣ କରି ଦିଆଯାଉଛି ଦର୍ଶାଇ ଏହି ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉତ୍ଥାପନ କରିଛନ୍ତି। ତିନି ତଲାକ ବା ବହୁବିବାହ ଭଳି ସ୍ପର୍ଶକାତର ପ୍ରସଙ୍ଗ ଖବର ପ୍ରକାଶରେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ଅଣଦେଖା ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ସେମାନେ ବିଶେଷ

ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇଛନ୍ତି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୃହତ୍ତର ରାଜନୀତିକ ମେଣ୍ଟକୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇଛି ଏବଂ ଅନେକ ସମୟରେ ମହିଳାଙ୍କ ଅଧିକାର ଗୌଣ ହୋଇ ଯାଇଛି। ଦଳିତ ମହିଳାମାନେ ସବୁବେଳେ ଦୁଇ ଗୁଣ ଉପେକ୍ଷାର ଶିକାର ହୋଇଛନ୍ତି।

୨.୫.୨: ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଚର୍ଚ୍ଚାରେ ସ୍ୱଳ୍ପ ଉପସ୍ଥାପିତ ହେଉଥିବା ଅନ୍ୟତମ ବର୍ଗ ହେଉଛନ୍ତି ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ। **ସିଏସ୍‌ଡିଏସ୍‌**ର ରିପୋର୍ଟ **ସୋସିଆଲ୍ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ଅଫ୍ କି ହେଡ୍‌ସ ଅଫ୍ ନାସନାଲ୍ ମିଡିଆ** ଅନୁଯାୟୀ ଜାତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ମୁସଲିମ୍‌ମାନଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ଅତି ନଗଣ୍ୟ। ସେମାନେ ଦେଶର ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ୧୩.୪% ହୋଇଥିବାବେଳେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଶିଳ୍ପର ପ୍ରମୁଖ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଗ୍ରହଣକାରୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସେମାନଙ୍କ ହାର ମାତ୍ର ୩%। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ (ବିଶେଷ କରି ଇଂରାଜୀ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ) ଖ୍ରିଷ୍ଟିୟାନ **ପ୍ରଫେସନାଲ୍**/ବୃତ୍ତିଧାରୀଙ୍କ ହାର ସମାନୁପାତିକ। କାରଣ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ନିଯୁକ୍ତିର ହାର ୪% ଯାହାକି ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ସେମାନଙ୍କ ୨.୩%ଠାରୁ ଅଧିକ। ଏହି ପ୍ରେକ୍ଷାପଟ୍ଟରେ, ଏଠାରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ ସମାଜରେ ଏକ ସାମଗ୍ରିକ ଛବି ଗଠନ କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ବିଶେଷ ଭୂମିକା ନିଏ। ଧାର୍ମିକ ପରିଚୟ ଆଧାରରେ କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂପ୍ରଦାୟକୁ ଏକଘରିକିଆ କରିବା ହିଁ ସମାଜରେ ସନ୍ଦେହ ଓ ଅବିଶ୍ୱାସ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ସଂଖ୍ୟାଲଘୁଙ୍କ ବିରୋଧରେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀଙ୍କ ପ୍ରଚାରର ମାଧ୍ୟମ ରୂପେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅନେକ ସମୟରେ ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇଥାଏ।

ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ ଆଦିମ ଅଧିବାସୀଙ୍କ କ୍ଷେତ୍ରରେ ମଧ୍ୟ ସମାନ ଉପେକ୍ଷା ଦେଖାଯାଇଥାଏ। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ ଆଦିମ ଅଧିବାସୀଙ୍କ ଜୀବନଶୈଳୀକୁ ପ୍ରଦର୍ଶିତ କରିବାରେ କେଉଁଠି ନା କେଉଁଠି ବିଫଳ ହୋଇଥାଏ। ଏହା ସେମାନଙ୍କୁ ମୂଳଭୂଖଣ୍ଡର ସଂସ୍କୃତି ଠାରୁ ଦୂରେଇ ଦେଇ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ସମାଜରେ **ଆଲିଏନ୍** ବା ଭିନ୍ନ ଦୁନିଆର ମଣିଷରେ ପରିଣତ କରିଥାଏ। ଏହା ମଧ୍ୟ ସେମାନଙ୍କୁ ବିକାଶ ପ୍ରକ୍ରିୟାଠାରୁ ଦୂରେଇ ଦେଇଥାଏ।

ସିଦ୍ଧାର୍ଥ ବର୍ଦ୍ଧରାଜନ (୨୦୦୬) ତାଙ୍କର ଆଲେଖ୍ୟ 'କାଷ୍ଟ୍ ମ୍ୟାଟରସ୍ ଇନ୍ ଦ ଇଣ୍ଡିଆନ୍ ମିଡିଆ'ରେ ଲେଖିଛନ୍ତି 'ଯଦି ସଂରକ୍ଷଣ ବିରୋଧୀ ଆନ୍ଦୋଳନର ଟେଲିଭିଜନ ଓ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ରିପୋର୍ଟିଂ ସଂପୃକ୍ତ ଓ ଏକପାଖିଆ ଥିଲା, ନ୍ୟୁଜ୍‌ରୁମ୍‌ରେ ବିବିଧତାର ଅଭାବ ନିଶ୍ଚୟ ଏହାର ଏକ ପ୍ରମୁଖ କାରଣ।' ସେ ମଧ୍ୟ ସୁପାରିଶ କରନ୍ତି ଯେ, 'ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ଦଳିତ, ଆଦିବାସୀ, ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ପଛୁଆ ବର୍ଗ ଓ ମୁସଲିମ୍ ସାମ୍ବାଦିକମାନଙ୍କୁ ନିଜର ସାମ୍ବାଦିକତା ପ୍ରକାଶ କରିବା ପ୍ରବେଶର ସୁଯୋଗ ଦେବା ଏବଂ ଏହାକୁ ଅଧିକ ପେଷାଦାର ଓ ପ୍ରାମାଣିକ କରିବା ଉଚିତ।'

ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପରେ ଭରସା କରିଥାନ୍ତି ଯେପରିକି ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ବିକାଶ ପ୍ରକ୍ରିୟାରୁ ସେମାନଙ୍କୁ ଉପେକ୍ଷା କରାଯିବାର କାରଣ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ବୈଧ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠା ଯାଇ ପାରିବ। କିନ୍ତୁ ଏଭଳି ଏକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉଠାଇବାରେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଫଳ ହୋଇଛି। ମାଧ୍ୟମ, ଶାଖା, ଶୈଳୀ ଓ ବିଷୟବସ୍ତୁ ରୁଚିକୁ ନେଇ ଭିନ୍ନତା ଥିଲେ ମଧ୍ୟ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅନେକ ସମୟରେ କେତେକ

ଭୟଙ୍କର ମନ୍ତବ୍ୟ ପ୍ରକାଶ କରେ। ଏଥିମଧ୍ୟରେ ଉପେକ୍ଷିତ ପରିଚିତି ସହ ମୁଖ୍ୟତଃ ଏକ ବର୍ଣ୍ଣବୈଷମ୍ୟବାଦୀ ଓ ବିଚ୍ଛିନ୍ନତାବାଦୀ ଚିତ୍ରଣ ସହ ଗୋଷ୍ଠୀଭିତ୍ତିକ ଓ ବହୁସଂସ୍କୃତିର ମିଳନ ସୂଚକ ସାମାଜିକ ଚିତ୍ରଣର ସାମାନ୍ୟ ଝଲକ ସାମିଲ ଥାଏ।

୨.୬: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

ଏପରି ଭାବେ, ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷା ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ କେନ୍ଦ୍ରୀତ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରୟାସ କରିଛି। ସେମାନଙ୍କ ଉଦ୍‌ବେଗ ଓ ସ୍ୱାର୍ଥକୁ ଉପେକ୍ଷା କରୁଥିବା ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ହାତରେ ଉପେକ୍ଷିତ ସଂପ୍ରଦାୟ ଭୋଗୁଥିବା ଦୁର୍ଦ୍ଦଶା ଉପରେ ଏହା ବିଶେଷ ଦୃଷ୍ଟି ପକାଇଛି। ଉପେକ୍ଷା ହିଁ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କର ନିଜର ଜୀବନ ଓ ଉପଲବ୍ଧ ସମ୍ବଳର ପରିଚାଳନାରେ ଅପେକ୍ଷାକୃତ କମ୍ ଅଧିକାରକୁ ସୂଚାଇଥାଏ। ଏହା ସୂଚାଏ ଯେ ସ୍ଥାନୀୟ ଜନଜୀବନରେ ସଂପୃକ୍ତ ହେବାରୁ ସେମାନଙ୍କୁ ରୋକାଯାଏ, ଯାହା ସେମାନଙ୍କର ଅଧିକ ବିଚ୍ଛିନ୍ନତା ଆଡ଼କୁ ଟାଣିନିଏ। ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକର ବିକାଶ ସହ ସମଗ୍ର ସମାଜ ଉପରେ ଏହାର ବ୍ୟାପକ ପ୍ରଭାବ ରହିଛି। ସେମାନଙ୍କ ଦୁଃଖଦୁର୍ଦ୍ଦଶା ଦୂର କରିବାରେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମର ଅଜ୍ଞତା ସେମାନଙ୍କ ବୈଷମ୍ୟକୁ ଗୁରୁତର କରିଥାଏ।

ସମାଜର ବିଭିନ୍ନ ବର୍ଗର ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ କିପରି ଆଶଙ୍କା ଭିତରେ ବଞ୍ଚନ୍ତି ଓ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ସେମାନଙ୍କ ଦୁର୍ଦ୍ଦଶାକୁ ଅଣଦେଖା କରି ବା ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟଯୁକ୍ତ କରି ଏହାକୁ ଅଧିକ ସଙ୍କଟମୟ କରେ ଅଥଚ ଯାହା ପ୍ରକୃତରେ ସମ୍ବେଦନଶୀଳତା ଓ ଯତ୍ନର ସହ କରାଯିବା ଉଚିତ, ତାହା ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ଦେଖିଛି।

୨.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧. ନୋଆମ୍ ଚମସ୍କି 'ଏଲାଇଟ୍ ମିଡିଆ' ବୋଲି କାହାକୁ କହିଥିଲେ ?

----

୨. ମହିଳାଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଠିକ୍ କାମ କରିଛି କି ?

----

୩. କାନ୍‌ସୀ ରାମ୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ମାସିକ ପତ୍ରିକା ‘ଦ ଅପ୍ରେସ୍‌ଡ୍ ଇଣ୍ଡିଆ’ର ପ୍ରକାଶନ ଆରମ୍ଭ ପଛର ମୁଖ୍ୟ କାରଣ ଗୁଡ଼ିକ କ’ଣ ଥିଲା ?

----

୪. ଗଣମାଧ୍ୟମ ଚିନ୍ତାଧାରା ନିଃସଙ୍ଗତା ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ ବୋଲି କାହିଁକି ଅଭିଯୋଗ ହୁଏ ?

ୟୁନିଟ୍- ୩: ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱର ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟବହାର

୩.୦: ବିଷୟର ଗଠନ

୩.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୩.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

୩.୩: ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସଂଜ୍ଞା

୩.୪: ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ବିଶ୍ୱ

୩.୫: ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଭାରତ

୩.୬: ଉପେକ୍ଷିତଙ୍କ ସ୍ୱର ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୩.୭: ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅଭ୍ୟୁଦୟର ପ୍ରମୁଖ କାରଣ

୩.୮: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

୩.୯: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୩.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏବେ ବିଶ୍ୱର ନୂତନ ଚକ୍ଷୁ ଓ କର୍ଣ୍ଣ ପାଲଟିଛି, ଯେଉଁଠି ଆମେ ବିଭିନ୍ନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଲୋକମାନଙ୍କ ଜୀବନ୍ତ ଅନୁଭୂତିରୁ ବିଶ୍ୱକୁ ଦେଖି ପାରିବା। ଏହି ଏକକରେ ତୁମେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭିନ୍ନ ଦିଗ, ଭାରତ ତଥା ବିଶ୍ୱରେ ଏହାର ବ୍ୟବହାର ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବ। ଏହି ଏକକରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ ସେହି ପ୍ରସଙ୍ଗ ରହିଛି। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟବହାର, ଏହାର ଉପାଦେୟତା ଓ ଅପକାରିତା ସଂପର୍କରେ ଏହି ଏକକ ତୁମର ଜ୍ଞାନ ବଢାଇବ।

୩.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଶବ୍ଦଟିକୁ ଶୁଣିବା ମାତ୍ରେ ଫେସ୍‌ବୁକ୍, ଟ୍ୱିଟର୍, ହ୍ୱାଟ୍‌ସ୍‌ଆପ୍ ଇତ୍ୟାଦି ଆମ ମନକୁ ଚାଲି ଆସନ୍ତି। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ କେବଳ ଯୋଗାଯୋଗର ଏକ ମାଧ୍ୟମ ନୁହେଁ ବରଂ ଏହା ଏମିତି ଏକ ସ୍ଥାନ ଯେଉଁଠି ଆମେ ଆମର ଅବିକଳ ମତାମତକୁ ବାଣ୍ଟି ପାରିବା ଏବଂ ସାମାଜିକ, ରାଜନୀତିକ, ଅର୍ଥନୀତିକ କିମ୍ବା ଅନ୍ୟ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କର ଅନୁଭୂତି ଓ ମତାମତ ସୁବିଧାରେ ଜାଣିପାରିବା। ନୂତନ ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ଉଦ୍‌ଭାବନ ଓ ବିକାଶ ଫଳରେ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜନଜୀବନର ଏକ ସାଧାରଣ ଅଙ୍ଗ ପାଲଟିଛି। ଏହି ବ୍ୟବହାର ବିଧି ଓ ନୂତନ ଜ୍ଞାନକୌଶଳଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ଅଞ୍ଚଳରେ ପହଞ୍ଚି ପାରିଛି। କୋଟି କୋଟି ଲୋକ ଫେସ୍‌ବୁକ୍, ଟ୍ୱିଟର୍ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ପରସ୍ପର ସହ ସଂଯୁକ୍ତ ହୋଇଛନ୍ତି। ଚଳିତ ସମୟରେ, ଯୋଗାଯୋଗର ଏସବୁ ମାଧ୍ୟମ ସହ ଜଡ଼ିତ ନଥିବା କିମ୍ବା ଏ ସଂପର୍କରେ ଶୁଣି ନ ଥିବା ଲୋକେ ବିରଳ।

୩.୩: ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସଂଜ୍ଞା

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏବେ ଆମ ଜୀବନର ଏକ ଅଙ୍ଗ ପାଲଟିଛି। ଏହା ଯୋଗାଯୋଗର ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାଧ୍ୟମ ଯେଉଁଠି ଜଣେ ତା'ର ଅନୁଭବ ଓ ବିଶ୍ଳେଷଣକୁ ପ୍ରକାଶ କରିପାରେ। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ନିଜ ଚିନ୍ତାଧାରାକୁ ବାଣ୍ଟି ପାରେ। ଯୋଗାଯୋଗ ଏଭଳି ଏକ ମାଧ୍ୟମ ଯାହାଦ୍ୱାରା ସମାଜ ସହିତ ବ୍ୟକ୍ତିକୁ ଯୋଡାଯାଇପାରେ। ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଆଧାରିତ ଆପ୍ ଜରିଆରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଭାବବିନିମୟ ହୁଏ, ଯେଉଁଠି ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପରେ ଚିନ୍ତାଧାରା ଓ ମତାମତର ଆଦାନପ୍ରଦାନ ହୁଏ। ସେମାନେ ପରସ୍ପର ସହ ସୂଚନା ପ୍ରସାରଣ କରୁଥିବା ବିଭିନ୍ନ ନେଟୱାର୍କ ଦ୍ୱାରା ନିବିଡ଼ ଭାବେ ସଂଯୁକ୍ତ ଓ ସଂପୃକ୍ତ ରହିଥାନ୍ତି। (ଆଲକ୍ୱିଷ୍ଟ୍ ଓ ହାଲୋନେନ୍, ୨୦୦୮)।

ଆନ୍ଦ୍ରିଆସ୍ କପ୍ଲାନ୍ ଓ ମାଇକେଲ୍ ହେନଲିନ୍ଙ୍କ ମତରେ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି 'ୱେବ୍ ୨.୦ର ଆଦର୍ଶଗତ ଓ ବୈଷୟିକ ଭିତ୍ତିଭୂମି ଉପରେ ଗଠିତ କେତେକ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଭିତ୍ତିକ ଆପ୍ଲିକେସନ୍(ଆପ୍)ର ସମାହାର, ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକ ଏସବୁ ଆପ୍ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ଲୋକମାନେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସର୍ଜନା କରିବା ଓ ବାଣ୍ଟିବା ଉପରେ ଆଧାରିତ'(କପ୍ଲାନ୍ ଓ ହେନଲିନ, ୨୦୧୦)। ଶସ୍ତା ସ୍ମାର୍ଟ ଫୋନ୍ ଓ ନୂତନ ବୈଷୟିକ କୌଶଳର ବ୍ୟାପକତା ଯୋଗୁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସୁବିଧା ଓ ସହଜରେ ଉପଲବ୍ଧ ହେଲା। ଏହା ଯୋଗାଯୋଗର ନୂତନ ସୁଯୋଗ ଓ ଦିଗ ଖୋଲିଦେଲା, ଯାହା କି ବିଭିନ୍ନ ଅନୁଷ୍ଠାନ, ଗୋଷ୍ଠୀ ଓ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଯୋଗାଯୋଗର ଶୈଳୀ ଓ ଉପାୟରେ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିଲା (କିଜ୍‌ମ୍ୟାନ୍ ଓ ହର୍ମକେନ୍‌ସ, ୨୦୧୧)। ଲୋକମାନେ ଯେତେବେଳେ ଆବିଷ୍କାରକର୍ତ୍ତାର ଦୃଷ୍ଟିଭଙ୍ଗୀ ନେଇ ନୂତନ ଉପାୟରେ ସେମାନଙ୍କ ମତାମତ ଓ ଅନୁଭୂତିକୁ ବାଣ୍ଟିଲେ ଭର୍ଚୁଆଲ୍ ଦୁନିଆ ବାସ୍ତବ ଦୁନିଆର ସ୍ଥାନ କିଛି ପରିମାଣରେ ଦଖଲ କରିନେଲା, ଯେଉଁଠି ସେମାନେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ମୁକ୍ତ ଆଲୋଚନା କରିପାରିଲେ। ବେଳେବେଳେ ଏହି ଜୀବନ୍ତ ଆଲୋଚନା ଅନେକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରେରଣାଦାୟକ ହେଲା।

ଏହା ଭର୍ଚୁଆଲ୍ ଦୁନିଆ ଜରିଆରେ ବାସ୍ତବ ଦୁନିଆର ସଂପର୍କକୁ ବହୁମାତ୍ରାରେ ବଦଳାଇଦେଇଛି, ତେଣୁ ଲୋକମାନେ କେବଳ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଶୋଷଣ ସଂପର୍କରେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଅନୁଭୂତି ବାଣ୍ଟୁ ନାହାନ୍ତି, ବରଂ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ସ୍ପର୍ଶକାତର ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକୁ ମୁକ୍ତ ଭାବେ ଆଲୋଚନା କରୁଛନ୍ତି।

ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରସିଦ୍ଧ ଓ ନିରନ୍ତର ବ୍ୟବହୃତ ହେଉଛି। ସାଂପ୍ରତିକ ସାମାଜିକ-ରାଜନୈତିକ ଦୃଶ୍ୟପଟରେ, ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କ ଅତି ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ହୋଇପଡ଼ିଛି। ଅନେକ ସରକାରୀ ଓ ବେସରକାରୀ ସଂସ୍ଥାର ଆପ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ଉପାଦେୟ ହୋଇଛନ୍ତି, ଏହି ଏହି ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟବହାର ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ସୁଗମ ହେଉଛି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ନିକଟରେ ଜିଓ ରିଲାଏନ୍‌ସ ମାଗଣା ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ସେବା ଓ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ସେବା ଯୋଗାଇ ଦେଲା, ଯୁବବର୍ଗ ସାମାଜିକ ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକରେ ବହୁତ ସମୟ କଟାଉଛନ୍ତି। ସେମାନେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବା ସୋସିଆଲ୍ ନେଟୱାର୍କିଂ ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକୁ ନିଜର ବନ୍ଧୁ, ପରିବାର ଲୋକ ଓ ଅଜଣା ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ସହ ଭାବବିନିମୟ କରିବା ପାଇଁ ଖୁବ୍ ସହଜ ମାଧ୍ୟମ ଏବଂ ସାମାଜିକ ବାସ୍ତବତାରେ ନିଜର ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ସ୍ଥାନ ସୃଷ୍ଟି କରିବାର ଆକର୍ଷଣୀୟ ଉପାୟ ବୋଲି ଅନୁଭବ

କରୁଛନ୍ତି । ଏଠାରେ ଯେଉଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇବାର ଆବଶ୍ୟକତା ଅଛି ତାହା ହେଉଛି, ଭର୍ଚୁଆଲ୍ ଦୁନିଆରେ କେମିତି ସୂଚନା ବଣ୍ଟାଯାଏ ତାହା ସେମାନେ ଜାଣିଛନ୍ତି କି ? ଆହୁରି ମଧ୍ୟ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ସୂଚନା ଓ ମନ୍ତବ୍ୟ ବିନିମୟ କରିବାର କୁଫଳ ସଂପର୍କରେ ସେମାନେ ଜାଣିଛନ୍ତି କି ?

୩.୪ : ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ବିଶ୍ୱ

ଏକବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀରେ ମଣିଷର ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନଚର୍ଯ୍ୟାରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟାପକ ଉପସ୍ଥିତି ରହିଛି । ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଶ୍ୱକୁ ଯୋଡ଼େ ଏବଂ ଏହାକୁ ଏକ ବିଶ୍ୱଗ୍ରାମରେ ପରିଣତ କରେ । ଆମେ ଗୋଟିଏ କ୍ଲିକ୍‌ରେ ବିଶ୍ୱର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରାନ୍ତରୁ ଅନେକ ଜ୍ଞାନ ଓ ସୂଚନା ପାଇପାରିବା ଏବଂ ସାମାଜିକ ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକରେ ଆମେ ଆମର ଜ୍ଞାନ ଓ ସୂଚନାକୁ ମଧ୍ୟ ବାଣ୍ଟି ପାରିବା, ଯାହାକୁ ଯେ କେହି ମଧ୍ୟ ଦେଖିପାରିବେ । କେତେକ ଘଟଣାରେ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମାଜ ପାଇଁ ନିର୍ଣ୍ଣାୟକ ପାଲଟିଛି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଆରବ ସ୍ପ୍ରିଙ୍ଗ୍ ସମୟରେ, ସୂଚନା ପ୍ରସାରଣ ଜରିଆରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହି ଆନ୍ଦୋଳନରେ ମୁଖ୍ୟ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିଥିଲା । ବ୍ଲିମର, ଫ୍ଲାନାଗାନ୍, ସେଜବର୍ଗ ଓ ବେନେଟ୍‌ଙ୍କ ଭଳି ବିଶେଜ୍ଞଙ୍କ ମତରେ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ସାମାଜିକ କ୍ରିୟାଶୀଳତା ମଧ୍ୟରେ ସଂପର୍କକୁ ବୁଝାଇବା ପାଇଁ ଆରବ ସ୍ପ୍ରିଙ୍ଗ୍ ହେଉଛି ଶ୍ରେଷ୍ଠ ଉପାଦେୟ ଉଦାହରଣ । ଏହି ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ସଂପର୍କ ଇଜିପ୍ଟ ଓ ଟ୍ୟୁନିସିଆରେ ରାଜନୀତିକ ଆନ୍ଦୋଳନ ଓ ଜାଗରଣ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ନେଇଥିଲା, ଯାହା ବିପ୍ଳବର ରୂପ ନେଇଥିଲା ଏବଂ ସରକାରର ଚେହେରା ବଦଳାଇ ଦେଇଥିଲା ।

ଇଜିପ୍ଟ ଓ ଟ୍ୟୁନିସିଆ ବିପ୍ଳବରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଯୋଗଦାନ ସଂପର୍କରେ ଅନେକ ବିଶେଷଜ୍ଞ ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିଛନ୍ତି । ସେଥିରେ ଲିଞ୍ଚଙ୍କର ଅନ୍ୟତମ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅବଦାନ ରହିଛି । ଲିଞ୍ଚଙ୍କ ଅନୁଭବ ନିମ୍ନରେ ଦିଆଗଲା ।

କ) ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଭିନ୍ନ ନାଗରିକଙ୍କୁ ଏକତ୍ର କରିବା ଓ ସମନ୍ୱୟ ରଖି କାମ କରିବା ଲାଗି ଏକ ମଞ୍ଚ ଦେଇଛି ।

ଖ) ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସୂଚନାକୁ ପ୍ରସାରଣ କରିବା ଓ ପ୍ରାଞ୍ଜଳ କରିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଛି, ଯାହା ବିପ୍ଳବୀମାନଙ୍କ ସେମାନଙ୍କ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସ, ସଂଘର୍ଷକୁ ନେଇ ଧାରଣା ଓ ବିଜୟ ଲାଭ କରିବାର ଭରସାକୁ ସୁଦୃଢ଼ କରିଛି ।

ଗ) କ୍ଷମତାରେ ଥିବା ଶାସକଙ୍କ ଅତ୍ୟାଚାର ବିରୋଧରେ ସ୍ୱର ଉତ୍ତୋଳନ କରିବାରେ ଏହା ସହାୟକ ହୋଇଛି ।

ଘ) ଆଞ୍ଚଳିକ, ଜାତୀୟ ଓ ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ ସୂଚନା ଦେବା ସହିତ ପ୍ରଚାର ବ୍ୟାପକ ଭାବରେ ବଢିଥିଲା । ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସୂଚନା ବଣ୍ଟନର ଏକ ମଞ୍ଚ ପାଲଟିଲା । ସମସ୍ତ ସୂଚନା କୌଣସି ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇନଥିଲା ।

ପ୍ରେକ୍ଷାପଟ୍ଟ ଓ ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ରଖି ସୂଚନା ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଆପ୍ ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇଥିଲା। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭିନ୍ନ ମଞ୍ଚ ଏହାକୁ ବ୍ୟାପକ କରିବା ସହ ସୂଚନା ପହଞ୍ଚାଇବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥିଲା, ଯାହା କି ପରିସ୍ଥିତି ଅନୁଯାୟୀ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଥିଲା।

ଔରା, ହୱାର୍ଡ ଓ ଆଣ୍ଡରସନ୍ ବିଶ୍ୱାସ କରନ୍ତି ଯେ, ଗୋଟିଏ ପଟେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ଚର୍ଚ୍ଚାର ପ୍ରମୁଖ ସ୍ଥଳୀ ପାଲଟନ୍ତି ଓ ସରକାରଙ୍କ ଦୋଷତ୍ରୁଟିକୁ ପଦାକୁ ଆଣନ୍ତି ଓ ଅନ୍ୟ ପଟେ ଏହା ସୂଚନା ପ୍ରସାରଣରେ ସହାୟକ ହୁଏ ଓ ସରକାର ବିରୋଧରେ ପ୍ରତିବାଦ କରିବା ଓ ଏକତ୍ରିତ ହେବାର ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ।

ବିଶାଳ ଉଦ୍ୟମ ସହ ଇଜିପ୍ଟର ଜନସାଧାରଣ କ୍ଷମତାସୀନ ଶାସକଙ୍କୁ ହଟାଇ ଦେଶକୁ ଏକ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ପରିଣତ କଲେ। ଏହି ଉଦ୍ୟମ କେବଳ ତାହରିର୍ ସ୍କୋୟାର୍‌ରେ ସୀମିତ ନଥିଲା, ଏପରିକି ଲୋକମାନେ ତାହରିର୍ ସ୍କୋୟାର୍‌ର ଟ୍ୱିଟ୍ ପାଇଁ ସୋସିଆଲ୍ ସାଇଟ୍ ଖୋଲି ଚାହିଁ ରହୁଥିଲେ। ଯେତେବେଳେ ଇଜିପ୍ଟରେ ଆନ୍ଦୋଳନ ଚାଲୁଥିଲା, ଏହା ଏଭଳି ଅନେକ ଆନ୍ଦୋଳନକୁ ଅନୁପ୍ରେରିତ କରିଥିଲା। ୟେମେନ୍‌ର ଜଣେ ଯୁବକ ଅଲ୍-ରଜାକ୍-ଅଲ୍-ଅଜାଜି 'ଚାଲ ରାଷ୍ଟ୍ରପତିଙ୍କୁ ବଦଳାଇବା' ଶୀର୍ଷକରେ ଏକ ପେଜ୍ ଖୋଲିଥିଲେ ଯାହାକୁ ପରେ 'ଅଜ୍ଞତା ବିରୋଧରେ ଆନ୍ଦୋଳନ' ବୋଲି କୁହାଗଲା। ଜାପାନୀ ସାମ୍ବାଦିକ କୋସୁକେ ସୁନେଓକ୍‌ଙ୍କ ଅପହରଣ, ଓସାମା ବିନ୍ ଲାଦେନ୍‌ର ମୃତ୍ୟୁ ଆଦି କେତେକ ଘଟଣା ହେଉଛି ପ୍ରଥମେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରିତ ଘଟଣା ମଧ୍ୟରୁ କେତେକ ଉଦାହରଣ।

୩.୫: ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଭାରତ

ସାଂପ୍ରତିକ ଭାରତୀୟ ଦୃଶ୍ୟପଟ୍ଟରେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଏକ ବିତର୍କିତ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ଏଥିରେ ଅନେକ ସଂସ୍କାରର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି, ଯାହା କି ଭାରତୀୟ ସମାଜ ଲାଗି ଅତ୍ୟନ୍ତ ଜରୁରୀ। ଏବେ ଲୋକମାନେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍‌ର ଉପକାରିତା ଓ ଅପକାରିତା ବାବଦରେ ଅଧିକ ସଚେତନ ହେଲେଣି। ସେମାନେ ଫେସ୍‌ବୁକ୍, ଟ୍ୱିଟର୍ ଓ ହ୍ୱାଟ୍‌ସ୍‌ଆପ୍ ଭଳି ବିଭିନ୍ନ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଞ୍ଚରେ ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ଓ ଦ୍ରୁତ ଗତିରେ ସାମିଲ୍ ହେଉଛନ୍ତି ଏବଂ ଏହି ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ଭାରତୀୟ ସମାଜକୁ ବଦଳାଇବାରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ନେଉଛନ୍ତି।

କେତେକ ଘଟଣାରେ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯୋଗାଯୋଗର ମୁଖ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଲଟିଲା ଏବଂ ଏସବୁ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପରେ ବ୍ୟାପକ ଆଲୋଚନା ସୃଷ୍ଟି ହେଲା। ୨୦୦୮ରେ, ମୁମ୍ବାଇରେ ଯେତବେଳେ ଆତଙ୍କବାଦୀ ଆକ୍ରମଣ ସଂଘଟିତ ହେଲା, ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର କୌଣସି ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗୁଳିବର୍ଷଣ ଓ ମୁମ୍ବାଇ ନଗରୀର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରେ ହମ୍‌ଲା ସଂପର୍କରେ ଖବର ପ୍ରସାରଣ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଟ୍ୱିଟର୍ ଓ ଫ୍ଲିକର୍ ଜରିଆରେ ପ୍ରଥମେ ସୂଚନା ମିଳିଥିଲା। ଟେଲିଗ୍ରାଫ୍ ପ୍ରକାଶ କରିଥିଲା ଯେ, ହିଂସାକାଣ୍ଡ ଚାଲିଥିବା ସମୟରେ ପ୍ରତି ୫ ସେକେଣ୍ଡ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷଦର୍ଶୀ ୭୦ ଜଣ ଲୋକ ଘଟଣା ସଂପର୍କରେ ଟ୍ୱିଟ୍ କରିଥିଲେ।

ଅନ୍ୟ ଏକ ଉଦାହରଣ ଉପରେ ନଜର ପକାଇବା, ଦୁର୍ନୀତି ବିରୋଧରେ ଆନ୍ନା ହଜାରେ ନିରନ୍ତର ଭାବେ ଲଢି ଆସୁଥିଲେ, ଏପରିକି ସେ ଅନେକ ଥର 'ଆମରଣ ଅନଶନ'ରେ ବସିଥିଲେ।

ସେ ଯେତେ ଆନ୍ଦୋଳନରେ ଯୋଡ଼ି ହୋଇଥିଲେ ଓ ନେତୃତ୍ୱ ନେଇଥିଲେ ସେଥିମଧ୍ୟରୁ 'ଜନ ଲୋକପାଳ ବିଲ୍' ପାଇଁ ସଂଘର୍ଷ ତାଙ୍କୁ ସର୍ବାଧିକ ଚର୍ଚ୍ଚିତ କରିଥିଲା। ଏହି ଆନ୍ଦୋଳନ ସମୟରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ନାଗରିକମାନଙ୍କୁ ଏକତ୍ରିତ କରିବାରେ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଭୂମିକା ନେଇଥିଲା। ୨୦୧୧ ଅଗଷ୍ଟ ୧୪ରେ, ଭାରତରେ ଦୁର୍ନୀତି ବିରୋଧରେ ବିଶାଳ ଜନସଂପୃକ୍ତି ଦେଖିବାକୁ ମିଳିଥିଲା। ବିଶ୍ୱନାଥନ୍ କୁହନ୍ତି, ଦୁର୍ନୀତି ବିରୋଧରେ ଆନ୍ନା ହଜାରେଙ୍କ ଆନ୍ଦୋଳନ ଓ ଜନସମୁଦାୟଙ୍କ ଏକତ୍ରିକରଣ ଦୁଇ ସପ୍ତାହ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥିଲା। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଶେଷ ଭୂମିକା ନେଇଥିଲା, ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରାନ୍ତର ଲୋକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସମନ୍ୱୟ ରକ୍ଷା ତଥା ସେମାନଙ୍କ ସଂପୃକ୍ତି ଓ ଏକତ୍ରିକରଣରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥିଲା। ଲୋକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଅନେକ ପ୍ରତିବାଦ ପ୍ରଦର୍ଶନ ଓ ମହମବତୀ ରାଲି ଆୟୋଜିତ ହୋଇଥିଲା ଏବଂ ଏସବୁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପାଇଁ ଲୋକମାନଙ୍କ ସଙ୍ଗଠିତ କରିବା ଓ ଏକାଠି କରିବାରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରମୁଖ ଭୂମିକା ନେଇଥିଲା। ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଆପ୍ ବ୍ୟବହାରର ପ୍ରଥମ ପ୍ରମୁଖ ହିତାଧିକାରୀ ଥିଲା 'ଇଣ୍ଡିଆ ଏଗେନ୍ଷ୍ଟ କରପ୍ସନ୍'।

ବିଶ୍ୱନାଥନ୍ ଆହୁରି କୁହନ୍ତି ଯେ, ଫେସ୍‌ବୁକ୍‌ରେ ଆନ୍ନା ହଜାରେ ଓ 'ଇଣ୍ଡିଆ ଏଗେନ୍ଷ୍ଟ କରପ୍ସନ୍'(ଆଇଏସି)ର ସଂଘର୍ଷ ସହ ସଂପର୍କିତ ଅନ୍ୟୁନ ୧୫୦ଟି ପେଜ୍ ଖୋଲାଗଲା, ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକ ଅହୋରାତ୍ର ସକ୍ରିୟ ଥିଲା ଏବଂ ଆଲୋଚନା, ଯୋଜନା ପ୍ରସ୍ତୁତି ଓ ସୂଚନା ପ୍ରସାରଣର ପେଣ୍ଠସ୍ଥଳ ପାଲଟିଲା। ୨୦୧୧ ଏପ୍ରିଲ୍ ୧୪ରେ ଫେସ୍‌ବୁକ୍‌ରେ ଆଇଏସିର ଏକ ପୋଷ୍ଟ 'ଆଗେ ବଢୋ ଆନ୍ନା ହଜାରେ, ହମ୍ ତୁମାରେ ସାଥ୍ ହେ' (ଆନ୍ନା ଆଗକୁ ବଢ, ଆମେ ତୁମ ସହିତ ଅଛୁ) ୧,୨୭,୩୯୬ ଲାଇକ୍ ପାଇଥିଲା।

'ଇଣ୍ଡିଆ ଏଗେନ୍ଷ୍ଟ କରପ୍ସନ୍'(ଆଇଏସି) ଓ ଦୁର୍ନୀତି ବିରୋଧୀ ସ୍ୱର ପ୍ରତି ସମର୍ଥନ କେବଳ ଫେସ୍‌ବୁକ୍‌ରେ ଦେଖିବାକୁ ମିଳିନଥିଲା, ଟ୍ୱିଟର୍ ମଧ୍ୟ ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇଥିଲା ଏବଂ ପ୍ରତିବାଦକୁ ସମର୍ଥନ କରୁଥିବା ବାର୍ତ୍ତା ଏହାକୁ ଏକ ଝଡ଼ରେ ପରିଣତ କରିଦେଲା। 'ଜନ ଲୋକପାଳ' ଓ 'ଆନ୍ନା ହଜାରେ' ଚର୍ଚ୍ଚାର କେନ୍ଦ୍ରବିନ୍ଦୁ ପାଲଟି ଗଲେ। ସୂଚନା ବିତରଣ ପାଇଁ ଭିଡିଓ ସେୟାରିଂ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍ ୟୁଟ୍ୟୁବ୍‌କୁ ମଧ୍ୟ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଭାବରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥିଲା। ଦୁର୍ନୀତି ବିରୋଧୀ ଅଭିଯାନ ଓ ସଂଗ୍ରାମୀ ମଣିଷମାନଙ୍କୁ ସମର୍ଥନ ଜଣାଇବା ପାଇଁ ଅନେକ ଭିଡ଼ିଓ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଗଲା ଓ ବ୍ୟାପକ ଭାବେ ପ୍ରସାରଣ କରାଗଲା।

୨୦୧୨ ଡିସେମ୍ବର୍ ୧୬ରେ, ଏକ ଅମାନୁଷିକ ଘଟଣାରେ, ଦିଲ୍ଲୀର ରାଜରାସ୍ତା ଉପରେ ଜଣେ ୨୩-ବର୍ଷୀୟା ଯୁବତୀଙ୍କୁ ବର୍ବର ଭାବେ ଗଣଦୁଷ୍କର୍ମ ଓ ହତ୍ୟା କରାଗଲା। ଏହି ବଳାତ୍କାର ଏତେ ପାଶବିକ ଥିଲା ଯେ, 'ନିର୍ଭୟାକୁ ନ୍ୟାୟ' ଭାବେ ଜଣାଶୁଣା ଏକ ଆନ୍ଦୋଳନ ତୁରନ୍ତ ଆରମ୍ଭ ହେଲା। ଏହି ଘଟଣାରେ, ଲୋକମାନଙ୍କୁ ଏକାଠି କରିବା ଓ ମହିଳାଙ୍କ ସୁରକ୍ଷା ପାଇଁ ଏକ ଆଇନ ତିଆରି କରିବା ପାଇଁ ସରକାରଙ୍କ ଉପରେ ଚାପ ପ୍ରୟୋଗ କରିବାରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଭୂମିକା ନେଇଥିଲା।

ଭାରତରେ, ଅନ୍ୟାୟ ଓ ହିଂସା ବିରୋଧରେ ଲଢିବା ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରମୁଖ ଅସ୍ତ୍ର ପାଲଟିଛି।

ନିକଟରେ ସଂଘଟିତ କୃଷକ, ଦଳିତ, ଆଦିବାସୀ, ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ ଓ ଅନ୍ୟ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ଆନ୍ଦୋଳନ ସେମାନଙ୍କର ମତାମତ ପ୍ରକାଶ କରିବା ଓ ଜୀବନ୍ତ ଅନୁଭୂତି ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଏକ କାମିକା ଉପାୟ ରୂପେ ବ୍ୟବହାର କରିଛନ୍ତି।

୩.୬: ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱର ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ସମାଜ ଭିତରେ ଓ ବାହାରେ ସଂପର୍କ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବା ପାଇଁ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଓ ମୋବାଇଲ୍ ନେଟୱାର୍କ ଏକ ନୂଆ ପ୍ରକାରର ମାଧ୍ୟମ ରୂପେ ଉଭା ହୋଇଛି। ଏହି ନୂତନ ମାଧ୍ୟମ ବିଶେଷ କରି ଆଧୁନିକ ପିଢୀ (ବିଶେଷ କରି ଭାରତର ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ଯୁବବର୍ଗ)କୁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସମାନତା ଓ ଆତ୍ମସମ୍ମାନର ଏକ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କରୁଛି। ଅନ୍ୟ ଅର୍ଥରେ କହିଲେ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ଯୁବବର୍ଗଙ୍କର ଏକ ଉପାଦେୟ ମାଧ୍ୟମ ପାଲଟି ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନକୁ ବଦଳାଇ ଦେଇଛି। ତେବେ, ଉଭୟ ଗ୍ରାମୀଣ ଓ ସହରାଞ୍ଚଳରେ ସୀମିତ ସମ୍ବଳ ଓ ଭିତ୍ତିଭୂମିର ଅଭାବ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରମୁଖ ଅନ୍ତରାୟ ପାଲଟିଛି। ଗୋଟିଏ ପଟେ ଗ୍ରାମୀଣ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ଷଣ୍ଢୁଆସୀରେ ଚାପି ହୋଇ ଯାଇଥିବାବେଳେ ଅନ୍ୟ ପଟେ ସେମାନେ ଗରିବ, ସ୍ୱଳ୍ପ ଶିକ୍ଷିତ ହେବା କାରଣରୁ ଭିତ୍ତିଭୂମିର ଅଭାବର ସାମ୍ନା କରିଥାନ୍ତି।

ଉଭୟ ଗ୍ରାମୀଣ ଓ ସହରାଞ୍ଚଳର ମଧ୍ୟବୟସ୍କ ଓ ବୟସାଧିକ ଲୋକମାନେ, ଗଣମାଧ୍ୟମର ନୂଆ ପ୍ରକାରର ରୂପ ପ୍ରତି ବିଶେଷ ଆଗ୍ରହ ପ୍ରକାଶ କରନ୍ତିନାହିଁ ବରଂ ସେମାନେ ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ବିଶ୍ୱାସ କରନ୍ତି କାରଣ ସେମାନେ ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ତୁଳନାରେ ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଅଧିକ ସହଜବୋଧ କରନ୍ତି। ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୁଖ୍ୟତଃ ଗୋଷ୍ଠୀଗତ ଯୋଗାଯୋଗ, ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଯୋଗାଯୋଗ, ରେଡିଓ, ଟିଭି, ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ପ୍ରଚାରପତ୍ର, ପ୍ରାଚୀରପତ୍ର, ଷ୍ଟିକର୍ ଆଦି ସହିତ ସଂପୃକ୍ତ।

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମାତ୍ର ଏକ ଦଶନ୍ଧି ପୁରୁଣା ହୋଇଥିଲେ ବି ଉପେକ୍ଷିତ ସ୍ୱରଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଏହା ନୂଆ। ସେମାନେ ମଧ୍ୟ ଏହି ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକୁ ସାମାଜିକ-ରାଜନୀତିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସଫଳ ଭାବେ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି। ଭାରତର ଅଧିକାଂଶ ଉପେକ୍ଷିତବର୍ଗ ଗ୍ରାମୀଣ ଓ ଅର୍ଦ୍ଧ-ଶିକ୍ଷିତ, ତେଣୁ ସେମାନେ ଡିଜିଟାଲ୍ ବିଭାଜନ ସମସ୍ୟା ସହିତ ଲଢୁଛନ୍ତି। ଗବେଷଣା ଅନୁଯାୟୀ ଅନ୍ୟ ବୟସବର୍ଗ ସହ ତୁଳନାରେ, ସହରାଞ୍ଚଳର ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ଯୁବବର୍ଗ ଗ୍ରାମୀଣ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀର ଯୁବବର୍ଗ ତୁଳନାରେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମ୍ବଳର ଅଧିକ ସୁବିଧା ପାଆନ୍ତି। ଧୀରେ ଧୀରେ ଉପେକ୍ଷିତ ସଂପ୍ରଦାୟ ଓ ଅନୁଷ୍ଠାନଗୁଡ଼ିକ ସେମାନଙ୍କର ନିଜସ୍ୱ ଫେସ୍‌ବୁକ୍ ଓ ଟ୍ୱିଟର୍ ପେଜ୍, ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍ ଓ (ଭିଡିଓ ସେୟାରିଂ ପାଇଁ) ୟୁଟ୍ୟୁବ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଖୋଲିଲେଣି। ବିଭିନ୍ନ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପରେ ଖବର ଓ ଜୀବନର ଅନୁଭୂତି ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ଏହି ସମ୍ବଳଗୁଡ଼ିକ ଶକ୍ତ ଅସ୍ତ୍ର ଭଳି କାମ କରନ୍ତି।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଆଦିବାସୀ-ଟ୍ରାଇବାଲ୍ ଇଣ୍ଡିଆ, ଦଳିତ ଆଦିବାସୀ ଦୁନିଆ ଭଳି ଫେସ୍‌ବୁକ୍ ପେଜ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ସାମଗ୍ରିକ ଭାବେ ଭାରତର ଆଦିବାସୀ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ଚର୍ଚ୍ଚା କରନ୍ତି, ଯେତେବେଳେ କି **ସାନ୍ତାଲ୍**

କମ୍ୟୁନିଟି, ଉଇ ଦ ବନ୍‌ଜାରା ଭଳି ପେଜ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ଅଧିକ ସମ୍ପ୍ରଦାୟ-ଭିତ୍ତିକ ହୋଇଥାନ୍ତି। ସେହିପରି ଫେସ୍‌ବୁକ୍‌ର ଅନ୍ୟ କେତେକ ଗୋଷ୍ଠୀ ହେଲେ ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଫର୍ ଦଳିତ୍ ଓ ଷ୍ଟାଣ୍ଡ୍ ଫର୍ ମୁସ୍‌ଲିମ୍। ଏହି ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକ କେବଳ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉଠାଇବା ପାଇଁ ନୁହେଁ, ସେଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟ ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ସବାନୁଷ୍ଠାନ, ସାଂସ୍କୃତିକ, ଶୈକ୍ଷିକ ଓ ନିଯୁକ୍ତିଭିତ୍ତିକ ସୂଚନା ବାଣ୍ଟିଥାନ୍ତି। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଏହି ସ୍ଥାନ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଆଧାରିତ ସକ୍ରିୟତା ବଢାଇଥାଏ ଓ ମାନବାଧିକାର ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉଠାଇ ବାଣ୍ଟିବାର ଅତ୍ୟନ୍ତ ପ୍ରକୃଷ୍ଟ ମାଧ୍ୟମ ପାଲଟିଥାଏ। କେତେକ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍‌ରେ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ସେମାନଙ୍କ ସାମାଜିକ-ରାଜନୀତିକ ଉଦ୍‌ବେଗର ପରିପ୍ରକାଶ କରନ୍ତି ଓ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ହେଉଥିବା ଅନ୍ୟାୟ ବିରୋଧରେ ଲଢନ୍ତି। ଏଭଳି କେତେକ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍ ହେଲେ ଆଦିବାସୀନେଟ୍‌ୱାର୍କଡଟ୍‌କମ୍ ଓ ଆଦିବାସୀଡଟ୍‌ନେଟ୍। ଏହା ସହିତ, ଆଦିବାସୀ ଲୋକମାନେ ମଧ୍ୟ ସେମାନଙ୍କ ସାଂସ୍କୃତିକ ଓ କଳା ସଂପର୍କିତ ଭିଡିଓ ଅପ୍‌ଲୋଡ୍ କରିବା ପାଇଁ ୟୁଟ୍ୟୁବ୍, ଆଦିବାସୀ-ଟପିକ୍ ଓ ଝାଡଖଣ୍ଡିଡଟ୍‌ଓଆର୍‌ଜି ଭଳି ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି।

୩.୭: ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଅଭ୍ୟୁଦୟର ପ୍ରମୁଖ କାରଣ

ଗତ କିଛି ବର୍ଷ ମଧ୍ୟରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍‌ର ବ୍ୟାପକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି କମ୍ପ୍ୟୁଟର୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନଙ୍କ ଅଭ୍ୟାସ ବଦଳାଇ ଦେଇଛି। ୱାର୍ଲଡ୍ ୱାଇଡ୍ ୱେବ୍ ଓ ଏହାର ଉପାଦେୟ ଯୋଗାଯୋଗ ବିକଳ୍ପଗୁଡ଼ିକ ସହ, ସୋସିଆଲ୍ ନେଟୱାର୍କିଂ ସାଇଟ୍ ରୂପରେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ନୂତନ ପାରସ୍ପରିକ ଭାବବିନିମୟର ଦ୍ୱାର ଖୋଲି ଦେଇଛି।

ସମାଜର ବିଭିନ୍ନ ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କୁ ଯୋଡ଼ିବାରେ, ବୈଷୟିକ ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ଦ୍ରୁତ ବିକାଶର ବିଶେଷ ଯୋଗଦାନ ରହିଛି। ରୁଚିର ସମସ୍ତ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ସୂଚନା ବିତରିତ ହେଉଛି। ଏଠାରେ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇବା ଯଥାର୍ଥ ହେବ ଯେ- ଏବେ ବି ବିକାଶର ଶୈଶବ ଅବସ୍ଥାରେ ଥିବା ଭାରତୀୟ ଅର୍ଥନୀତି କିପରି ବିପୁଳ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଅନୁଭବ କରୁଛି ? ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା କାହିଁକି ବଢୁଛି ? ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଦ୍ରୁତ ଓ ବ୍ୟାପକ ଅଭିବୃଦ୍ଧିର ପ୍ରମୁଖ କାରଣଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି:-

- ପ୍ରଥମ କାରଣ ସୁବିଧା: ବିଭିନ୍ନ ଯନ୍ତ୍ରରେ କୌଣସି ଆପ୍ ଜରିଆରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଞ୍ଚର ବ୍ୟବହାର ଅତି ସୁଗମ। ନିରନ୍ତର ଭାବେ ସୂଚନା ବିତରଣ କରିବା ପାଇଁ ଏହା ବ୍ୟବହାରକାରୀକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରିଥାଏ। ଇନ୍‌ଷ୍ଟାଣ୍ଟ ମେସେଜିଂ ବା ତୁରନ୍ତ ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରେରଣ ବ୍ୟବସ୍ଥାଟି ଅଡିଓ / ଶ୍ରାବ୍ୟ ଓ ଭିଡିଓ /ଦୃଶ୍ୟ ରୂପରେ ଭାବନା ଓ ମନ୍ତବ୍ୟର ଦ୍ରୁତ ବିନିମୟରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ।
- ଦ୍ୱିତୀୟତଃ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଛବି, ସଙ୍ଗୀତ, ଭିଡିଓ, ସଂପର୍କିତ ମଣିଷ , ସ୍ଥାନ, ଆଳାପ ଓ ଆଲେଖ୍ୟକୁ ନେଇ ସେମାନଙ୍କ ନିଜସ୍ୱ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପାଇଁ ଏଭଳି ଏକ ପରିବେଷ୍ଟନୀ ଯୋଗାଇଦିଏ।
- ତୃତୀୟଟି ହେଉଛି ଶସ୍ତା। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାର କରିବାର ସୁବିଧା ଖୁବ୍ ଶସ୍ତା। **ଏ ସି ନେଲ୍‌ସନ୍**‌ଙ୍କ 'ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ରିପୋର୍ଟ', ୨୦୧୨, ଅନୁଯାୟୀ 'ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର

ସୁବିଧା ନେବା ପାଇଁ ଅଧିକ ଲୋକ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ଓ ଟାବ୍‌ଲେଟ୍ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି . . . ଅଧିକ ସଂପୃକ୍ତି ଯୋଗୁ ଗ୍ରାହକମାନେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଯେଉଁଠି ଯେତେବେଳେ ଇଛା ବ୍ୟବହାର କରିବାରେ ଅଧିକ ସ୍ୱାଧୀନତା ପାଇଛନ୍ତି ।'

- ଚତୁର୍ଥରେ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭଳି ଭର୍ଚୁଆଲ୍ ମଞ୍ଚରେ ସମଭାବାପନ୍ନ ଲୋକମାନେ ଏକାଠି ହେବା, ନିଜସ୍ୱ ଭାବନା, ଉଦ୍‌ବେଗ ଓ ସାମୁହିକ ରୁଚିକୁ ବାଣ୍ଟିବା ସହଜ ହୋଇ ଯାଇଛି ।
- ପଞ୍ଚମରେ, ସୋସିଆଲ୍ ନେଟଓ୍ୱାର୍କିଂ ସାଇଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକୁ ବ୍ୟବହାର କରିବା ପାଇଁ କୌଣସି ବୈଷୟିକ କୌଶଳର ଆବଶ୍ୟକ ପଡ଼େନାହିଁ । ଭର୍ଚୁଆଲ୍ ସୋସିଆଲ୍ ନେଟଓ୍ୱାର୍କଗୁଡ଼ିକ ଅଭିଜ୍ଞ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ସହିତ ନୂତନ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ବିଶାଳ ମଞ୍ଚ ଉନ୍ମୁକ୍ତ କରି ଦିଅନ୍ତି । ଏହା ଲୋକମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ମତାମତ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ତଥା ସାମୁହିକ ସ୍ୱାର୍ଥକୁ ନେଇ ମନ୍ତବ୍ୟ ଓ ବିଶ୍ୱାସ ବାଣ୍ଟିବା ଲାଗି ଉତ୍ସାହିତ କରିଥାଏ ।

୩.୮ : ବିଷୟ ସାରାଂଶ

ଭାରତରେ ବୈଷୟିକ ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ଦ୍ରୁତ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଘଟି ଚାଲିଛି । ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜୀବନର ଏକ ଅବିଚ୍ଛେଦ୍ୟ ଅଙ୍ଗ ପାଲଟିଛି । ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନେ କ୍ଷଣକ ମଧ୍ୟରେ କେବଳ ଜଣକୁ ନୁହେଁ ଏକସଙ୍ଗେ ଅନେକ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଖକୁ ବହୁ ମେସେଜ୍ ପଠାଇ ପାରୁଛନ୍ତି । ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ରାଜନୀତିକ ଓ ସାମାଜିକ ପରିବର୍ତ୍ତନକୁ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଭାବେ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଛି । କେବଳ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ମତାମତ ଓ ଚିନ୍ତାଧାରା ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ନୁହେଁ ବରଂ ଅତ୍ୟାଚାର ବିରୋଧରେ ସେମାନଙ୍କ ସଂଘର୍ଷରେ ମଧ୍ୟ ଏହା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ନେଇଛି । ଅଧିକ କଷ୍ଟ ନ କରି କମ୍ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆୟୋଜନ କରିବାରେ ଏହା ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରୁଛି ।

୩.୯ : ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧. ଓ୍ୱେବ୍ ୧.୦ ଓ ଓ୍ୱେବ୍ ୨.୦ ମଧ୍ୟରେ କି ପାର୍ଥକ୍ୟ ରହିଛି ?

____

____

____

____

୨. ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜନଲୋକପାଳ ବିଲ୍ ପଛରେ ନାଗରିକ ସମାଜକୁ କିପରି ଏକାଠି କଲା ?

----

୩. ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିକାଶର ପ୍ରମୁଖ କାରଣ କ'ଣ ?

----

୪. ଭାରତରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ କୌଣସି କଟକଣା ଭୋଗୁଛି କି? ତୁମେ ସେଗୁଡ଼ିକର ତାଲିକା ଦେଇପାରିବ ?

ଯୁନିଟ୍- ୪: ଶିଶୁ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୪.୦: ବିଷୟର ଗଠନ

୪.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୪.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

୪.୩: ଶିଶୁ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୪.୪: ଶିଶୁଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଉପରେ ଖବର ପ୍ରକାଶ

୪.୫: ଗଣମାଧ୍ୟମ ହିଂସା

୪.୬: ଲିଙ୍ଗ ଓ ଯୌନତା

୪.୭: ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭେଦ

୪.୮: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

୪.୯: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୪.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ, ପ୍ରଚାରିତ ଓ ପ୍ରସାରିତ ହେଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ବୁଝିବା ପାଇଁ ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀ ସକ୍ଷମ ହେବେ। ଲୋକଙ୍କ ଚାଲିଚଳନ ପ୍ରଭାବିତ କରି ଶିଶଭ ଓ କିଶୋର ମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଓ ଆଚରଣଗତ ପରିବର୍ତ୍ତନ ସୃଷ୍ଟି କରୁଥିବା ଏହି ବାର୍ତ୍ତାଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରଭାବ ଓ ଅର୍ଥ ସଂପର୍କରେ ମଧ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍‌ରେ ଆଲୋଚନା କରାଯିବ।

୩.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଷୟବସ୍ତୁର ସାମୂହିକ ସୃଷ୍ଟି ଓ ଗ୍ରହଣୀୟତାକୁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଭାବେ ବୁଝାଇବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ତତ୍ତ୍ୱବିତ୍ ମାର୍ଶାଲ୍ ମ୍ୟାକ୍‌ଲୁହାନ୍ 'ବିଶ୍ୱ ଗ୍ରାମ'ପଦଟିକୁ ସୃଷ୍ଟି କରିଥିଲେ। ଏକବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀରେ, ନିୟମିତ ଭାବେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ନୂତନ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ଅତ୍ୟାଧୁନିକ ରୂପର ସୁବିଧା ପାଇବା ଓ ଏହି ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ଗ୍ରହଣ କରିବା ଏହି ବିଶ୍ୱ ଗ୍ରାମର ସଦସ୍ୟ ରୂପେ ଶିଶୁ ଓ କିଶୋରମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସହଜ ହୋଇଛି। ଗଣମାଧ୍ୟମର ଅନେକ ରୂପ ମଧ୍ୟରୁ କେତେକ ରୂପ ରେଡିଓ, ଟେଲିଭିଜନ୍, ସିନେମା, ଭର୍ଚୁଆଲ୍ ବାସ୍ତବତା, ମୋବାଇଲ୍ ଓ କମ୍ପ୍ୟୁଟର୍ ନେଟୱାର୍କ ଏବେ ଶିଶୁମାନଙ୍କ ଜୀବନରେ ପ୍ରମୁଖ ଭୂମିକା ନେଉଛି। ଏହି ବାର୍ତ୍ତାଗୁଡ଼ିକର ଫଳାଫଳ ସକାରାତ୍ମକ ବା ନକାରାତ୍ମକ କିମ୍ବା ଉଭୟ ହୋଇପାରେ କିନ୍ତୁ ଶିଶୁମାନଙ୍କର ଗତିବିଧି ଓ ଆଚରଣ ଉପରେ ଏହାର ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ପ୍ରଭାବ ରହିଛି।

ଶିଶୁମାନେ କେଉଁ ବାର୍ତ୍ତାଗୁଡ଼ିକର ଉପଭୋକ୍ତା ପାଲଟନ୍ତି, ଏହା କିପରି ଶିଶୁମାନଙ୍କର ଗତିବିଧି ଓ ଆଚରଣକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରେ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଷୟବସ୍ତୁର ଉପଭୋକ୍ତା ସାଜିବାରେ ଶିଶୁମାନଙ୍କର ସକ୍ରିୟ ଭୂମିକାଗୁଡ଼ିକୁ ଚିହ୍ନଟ କରିବାରେ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀମାନଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ।

୪.୩: ଶିଶୁ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ଶିଶୁମାନେ ପିତାମାତା ବା ପ୍ରିୟଜନଙ୍କଠାରୁ ପରୀକାହାଣୀ ବା ଉପକଥା ଶୁଣିବା ଜରିଆରେ ପ୍ରଥମେ କୌଣସି ପ୍ରକାରର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିଥାନ୍ତି। ପ୍ରାୟ ଗତ ଦଶନ୍ଧିରେ ବୈଷୟିକ ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ବିକାଶ ଏହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିଛି ଯେ ଏପରିକି ଏକ ଶିଶୁ ମଧ୍ୟ ମୋବାଇଲ୍ ଆପ୍ ବା ୟୁଟ୍ୟୁବ୍ ଭଳି ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍ ଜରିଆରେ ନର୍ସରୀ ରାଇମ୍‌ସ ବା ଶୈଶବର ଗୀତ ଶୁଣୁଛି। ବୈଷୟିକ ଜ୍ଞାନକୌଶଳ ଦ୍ରୁତ ଗତିରେ ବଦଳୁଛି ଓ ଏହା ଫଳରେ ଆଇପଡ୍, ଆଇପ୍ୟାଡ୍ କିମ୍ବା ସ୍ମାର୍ଟ ଫୋନ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ଶିଶୁମାନଙ୍କ ସମେତ ଅନେକଙ୍କ ପାଇଁ ସୁବିଧାଜନକ ଓ ସୁଲଭ ସାଥୀ ହେବାରେ ଲାଗିଛି।

ବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀରେ ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ରୂପରେ ବ୍ୟାପକ ବିକାଶ ମାନବ ସଭ୍ୟତା ଦ୍ୱାରା ଅନୁଭୂତ ହେଲା। ସମ୍ବାଦପତ୍ର, ରେଡିଓ, ଟେଲିଭିଜନ ବା ସିନେମାରେ ବୃହତ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ବିକାଶ ହୋଇଛି ଏବଂ ଏସବୁ ପିଲାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସହଜରେ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇ ପାରିଛି। ବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀର ଶେଷ ଆଡ଼କୁ ଶିଶୁଙ୍କ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୁଖ୍ୟତଃ ଶିଶୁ ପତ୍ରିକା, ଶିଶୁଙ୍କ ପାଇଁ ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ପୃଷ୍ଠା, ଭିଡିଓ ଗେମ୍ , କାର୍ଟୁନ୍ ଓ ଆନିମେଟେଡ୍ ସୋ, ଶିଶୁକୈନ୍ଦ୍ରିକ ଟେଲିଭିଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ଶିଶୁ ଓ ସେମାନଙ୍କ ଅଭିଭାବକଙ୍କୁ ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖି ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଜ୍ଞାପନ, ପାରସ୍ପରିକ ଭାବବିନିମୟୀ ଡିଟିଏଚ୍ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, ଶିଶୁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ଓ ଶିଶୁ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍ ରୂପରେ ସମ୍ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଛି।

ବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀର ସମାପ୍ତି ଓ ଏକବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀର ଆରମ୍ଭ ବେଳକୁ, ଖବରରୁ ସିନେମା, ବହିରୁ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଷୟବସ୍ତୁରେ ବ୍ୟାପକ ପରିବର୍ତ୍ତନ ହେଲା। ବୈଷୟିକ ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ବିକାଶ ଯୋଗୁ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଉପସ୍ଥାପନା ଉନ୍ନତ ହେଲା, ନୂତନ ଚିନ୍ତାଧାରା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଲା, ପୂର୍ବରୁ ଅନାଲୋଚିତ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକ ଉପସ୍ଥାପିତ ହେବାରେ ଲାଗିଲା। ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ, ଯୌନ ଉଦ୍ଦୀପନା ସୃଷ୍ଟି ଓ ହିଂସାର ପୁନଃଉପସ୍ଥାପନାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟବହାର ବୃଦ୍ଧି ପାଇଲା। ଅନେକ ସିନେମା, ଟେଲିଭିଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ, କାର୍ଟୁନ, ମ୍ୟୁଜିକ୍ ଭିଡିଓ ଓ ଏହାର ସଙ୍ଗୀତ ତଥା ଅନେକ ଭର୍ଚୁଆଲ୍ ରିଏଲିଟି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଏହା ପ୍ରତିଫଳିତ ହେଲା।

୪.୪: ଶିଶୁମାନଙ୍କ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପରେ ଖବର ପ୍ରକାଶ

ଜନମତ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଶେଷ ଭୂମିକା ନେଇଥାଏ। ତେଣୁ ବିଶେଷ କରି ଶିଶୁମାନଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଉପରେ ଖବର ପ୍ରକାଶବେଳେ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଅଧିକ ଯତ୍ନବାନ ହେବା କୌଣସି ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ନିଜର ହକ୍ ଯଥାର୍ଥ ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ଲାଗି ଶିଶୁ ଓ କିଶୋରମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ଅଛି। ଶିଶୁମାନଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଉପରେ ଖବର ପ୍ରକାଶନ ବେଳେ, ଏହା ଶିଶୁ

ଆତ୍ମହତ୍ୟା ବା କୌଣସି ଶିଶୁ ଯୌନ ଓ ଶାରୀରିକ ନିର୍ଯ୍ୟାତନାର ଶିକାର ହେବା କିମ୍ବା ଶିଶୁ ଉଦ୍ଧାର ଖବର ହେଉ, କୌଣସି ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ମାମୁଲି ଭାବେ ନେଇ, ରଙ୍ଗବୋଳା ଅସୂୟାଜନକ ଢଙ୍ଗରେ ବିସ୍ତୃତ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଏନାହିଁ ଏବଂ ଉପଯୁକ୍ତ ଶବ୍ଦ ଓ ଛବି ଚୟନ ଜରିଆରେ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ ବୋଲି ଗଣମାଧ୍ୟମ ସର୍ବପ୍ରଥମେ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ।

ଗଣମାଧ୍ୟମର ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଭାବରେ, ଶିଶୁମାନଙ୍କ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଗତାନୁଗତିକ କାହାଣୀ ଉପରେ କେହି ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବା ଓ ସେମାନଙ୍କୁ ଅପରାଧର ମୂଳକାରଣ କିମ୍ବା ଅସହାୟ ପୀଡ଼ିତ ରୂପେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବା ଉଚିତ ନୁହେଁ। ପ୍ରକୃତରେ, ଅପରାଧ ବା ଶିଶୁ ସଂପର୍କିତ ପ୍ରସଙ୍ଗର ପୃଷ୍ଠଭୂମିର ବର୍ଣ୍ଣନାବେଳେ ଏହାକୁ ବସ୍ତୁନିଷ୍ଠ ଓ ଅବିକଳ ଭାବେ ପ୍ରକାଶ କରାଯିବା ଉଚିତ।

ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଗୋପନୀୟତା ଓ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରସଙ୍ଗ ବା ବିପଦର ଆଶଙ୍କା ଏଡ଼ାଇବା ପାଇଁ, ଗଣମାଧ୍ୟମ କୌଣସି ଶିଶୁ ବା ତା'ର ପିତାମାତାଙ୍କ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ମୁଣ୍ଡ ଖେଳାଇବା ଅନୁଚିତ।

ଶିଶୁମାନଙ୍କ ସଂପର୍କରେ ଖବର ଯଥା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଗୋପନୀୟତା ଓ ବିଶ୍ୱସନୀୟତାର ଅଧିକାର, ସେମାନଙ୍କର କଥା ଶୁଣାଯିବା ନେଇ ଶିଶୁମାନଙ୍କ ଅଧିକାର, ସେମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରୁଥିବା ନିଷ୍ପତ୍ତିଗ୍ରହଣରେ ସାମିଲ ହେବା ନେଇ ଶିଶୁଙ୍କ ଅଧିକାର ଶିଶୁ ଅଧିକାରର ସୁରକ୍ଷା ସଂପର୍କିତ ଖବର ପ୍ରକାଶ ବେଳେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ନୈତିକତାକୁ ବିଚାରକୁ ନିଆଯିବା ଉଚିତ।

ଶିଶୁମାନଙ୍କ ଅଧିକାର ସଂପର୍କିତ ଆଇନ ଯଥା, ବାଳ ଅପରାଧ ଆଇନ ଓ ସମ୍ବିଧାନରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଥିବା ଶିଶୁ ଅଧିକାର ସଂପର୍କିତ ଘୋଷଣାପତ୍ର ବିଶେଷ କରି ଏହି ଘୋଷଣାପତ୍ରର ଧାରା ୧୬ ସଂପର୍କରେ ଉଲ୍ଲେଖ ଥିବା 'ଶିଶୁମାନଙ୍କର ଗୋପନୀୟତାର ଅଧିକାର ଅଛି। ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନଧାରଣ, ନାମକରଣ, ପରିବାର ଓ ଘର ଉପରେ ଆକ୍ରମଣରୁ ଆଇନ ସେମାନଙ୍କୁ ରକ୍ଷା କରିବା ଉଚିତ। ଶିଶୁମାନେ ବୁଝିପାରିବା ଭଳି ସୂଚନା ଦେବା ପାଇଁ ସରକାର ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯଥା- ରେଡିଓ, ଟେଲିଭିଜନ, ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବିଷୟବସ୍ତୁର ଉତ୍ସଗୁଡ଼ିକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରିବା ଉଚିତ' ବାବଦରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଲୋକମାନେ ସୁନିଶ୍ଚିତ ଅବଗତ ଥିବା ଆବଶ୍ୟକ।

୪.୪: ଗଣମାଧ୍ୟମ ହିଂସା

ହିଂସାମୂଳକ ବୋଲି ଆଶଙ୍କା କରାଯାଉଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ଏବଂ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଏହା କିପରି ପ୍ରଭାବିତ କରେ ତା'ଉପରେ ସମାଜବିଜ୍ଞାନୀମାନେ ଦଶନ୍ଧି ଦଶନ୍ଧି ଧରି ଗଭୀର ଅନୁଧ୍ୟାନ କରି ଆସୁଛନ୍ତି। ହିଂସାମୂଳକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଷୟବସ୍ତୁର ହିଂସା ସଂପର୍କରେ ଆକ୍ରମଣାତ୍ମକ, ସମ୍ବେଦନହୀନତା, ନୈରାଶ୍ୟବାଦୀ, ଭୟଭୀତ, ଅସୁରକ୍ଷିତ, ଉଦ୍‌ବିଗ୍ନ ଓ ଅବାସ୍ତବ ଭାବନା ସୃଷ୍ଟି ଭଳି ୬ଟି ପ୍ରତିକୂଳ ପ୍ରଭାବ ରହିଥାଏ, ଯାହା କି କିଶୋରମାନଙ୍କୁ ବାସ୍ତବ ଜୀବନରେ ଏଥିରେ ଜଡ଼ିତ ହେବା ପାଇଁ ଉତ୍ସାହିତ କରିଥାଏ। ୧୯୯୫ରେ କଂଗ୍ରେସନାଲ୍ ରିସର୍ଚ୍ଚ ସର୍ଭିସ୍ ଦ୍ୱାରା ହୋଇଥିବା ଏକ ବିଶ୍ଳେଷଣରେ, ଅଧିକାଂଶ ସାମାଜିକ ଓ ଆଚରଣଗତ ବିଜ୍ଞାନର ଅନୁଧ୍ୟାନ ଏକ ସମାନ ସିଦ୍ଧାନ୍ତରେ ଉପନୀତ ହୁଅନ୍ତି ବୋଲି ସେମାନେ ଏକ ନିଷ୍କର୍ଷର ପହଞ୍ଚିଲେ।

(୧) ଟେଲିଭିଜନ ହିଂସା ଲଗାତର ଭାବେ ଦେଖିବା ଦ୍ୱାରା ମାନବୀୟ ଚରିତ୍ର ଓ ଭାବଭଙ୍ଗୀ ନକାରାତ୍ମକ ଭାବେ ପ୍ରଭାବିତ ହୁଏ।

(୨) ଟେଲିଭିଜନ ହିଂସା ହିଂସାତ୍ମକ ଆଚରଣକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରେ ଏବଂ ନୈତିକ ଓ ସାମାଜିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରେ।

(୩) ଟେଲିଭିଜନରେ ହିଂସା-ଆଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଦେଖିବାରେ ଅଧିକ ସମୟ କାଟୁଥିବା ଶିଶୁମାନେ ଆକ୍ରମଣାତ୍ମକ ଆଚରଣ ଦେଖାଇ ପାରନ୍ତି।

(୪) ଉଭୟ ଲିଙ୍ଗର ତଥା ସମସ୍ତ ବୟସ ବର୍ଗ, ବୌଦ୍ଧିକତା ଓ ସାମାଜିକ-ଆର୍ଥିକ ସ୍ତରର ଲୋକଙ୍କୁ ଟେଲିଭିଜନ ହିଂସା ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ।

(୫) ଟେଲିଭିଜନର ହିଂସା-ଆଧାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଅଧିକ ପରିମାଣର ଦେଖୁଥିବା ଦର୍ଶକଙ୍କ ବିଶ୍ୱଦୃଷ୍ଟି ଅତି କ୍ଷୁଦ୍ର ହୋଇଯାଏ ଏବଂ ହିଂସାର ଶିକାର ହେବା ନେଇ ସେମାନଙ୍କ ଆଶଙ୍କା ବହୁଗୁଣିତ ହୋଇଯାଇଥାଏ। (ଆର୍ନେଟ୍, ୨୦୦୭)।

ଏପ୍ରିଲ୍ ୨୦୦୬ ରେ, ଆମେରିକୀୟ ମେଡିକାଲ୍ ଆସୋସିଏସନ୍ ଜର୍ଣ୍ଣାଲ, ଆର୍କାଇଭ୍ ଅଫ୍ ପେଡିଆଟ୍ରିକ୍ସ ଆଣ୍ଡ ଆଡୋଲେସନ୍ ମେଡିସିନ୍ ମିଡିଆ ଏବଂ ଶିଶୁ ଉପରେ ଏକ ବିଶେଷ ପ୍ରସଙ୍ଗ ପ୍ରକାଶ କରିଥିଲା । ଏହି ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥିବା ଅନୁସନ୍ଧାନ ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ଦର୍ଶାଉଛି ଯେ ସାମାଜିକ ବିଚ୍ଛିନ୍ନତା, ଆକ୍ରମଣାତ୍ମକ ଭାବନା ଏବଂ ବିଶ୍ୱାସ, ଉପଭୋକ୍ତା, ଶରୀରର ଓଜନ, ଏବଂ ଯୌନତା ସହିତ ଶିଶୁମାନଙ୍କର ସୁସ୍ଥ ବିକାଶର ଅନେକ ଦିଗ ଉପରେ ନକାରାତ୍ମକ ପ୍ରଭାବ ପକାଇବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିସ୍ତୃତ ସମ୍ଭାବନା ରହିଛି (ଆର୍ନେଟ୍, ୨୦୦୭)।

ଟେଲିଭିଜନ କାର୍ଟୁନ୍ ଶୋ ଟମ୍ ଏବଂ ଜେରୀ, ଛୋଟାଭିମ୍, ପୋକେମନ୍, ଡ୍ରାଗନ୍ବଲ୍-ଜେ ପିଲାମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଲୋକପ୍ରିୟ। ଏହା ବିଭିନ୍ନ ଭାଷାରେ ଅନୁବାଦ କରାଯାଇଛି କିନ୍ତୁ ଏହି କାର୍ଟୁନ୍ ଗୁଡିକର ଭିଜୁଆଲ୍ ପିଲାମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଆକ୍ରୋଶ ସୃଷ୍ଟି କରେ। ମଜାଳିଆ ଏବଂ ହାସ୍ୟସ୍ପଦ ଦେଖାଯାଉଥିଲେ ମଧ୍ୟ, ଟମ୍ ଏବଂ ଜେରୀ ହେଉଛନ୍ତି ବିଲେଇ ଓ ମୂଷା। ସେମାନେ ଗୋଟିଏ ଘରେ ରହୁଥିଲେ ଏବଂ ତାଙ୍କ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତାର କାହାଣୀକୁ ଅତି ହିଂସାତ୍ମକ ଭାବରେ ଚିତ୍ରଣ କରାଯାଇଛି।

ଏପିସୋଡ୍ ଗୁଡିକରେ ଘରେ ଉପଲବ୍ଧ ଉପକରଣ ବ୍ୟବହାର କରି ଅନ୍ୟକୁ ଧକ୍କା ଦେବା ପାଇଁ ବିଲେଇ ଏବଂ ମୂଷା ଦେଖାଏ। ପିଲାମାନେ ବିଶେଷକରି ଛୋଟ ପିଲା କିମ୍ବା ପ୍ରାକ୍ ବିଦ୍ୟାଳୟ ପିଲାମାନେ ସହଜରେ କାର୍ଟୁନ୍ ଶିଖନ୍ତି ଏବଂ ଅନୁକରଣ କରିପାରିବେ ଏବଂ ବାସ୍ତବରେ ତାର ନକଲ କରିପାରିବେ।

ଭାରତରେ, ମିଡିଆ ହାବିଟ୍ସ ଅନ୍ ଚାଇଲ୍ଡ ଉପରେ ସେଣ୍ଟର ଫର ଆଡଭୋକେସୀ ଏବଂ ରିସର୍ଚ୍ଚର ପାଞ୍ଚ ସହରର ଅଧ୍ୟୟନ ଅନୁଯାୟୀ, ବୟସ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବର୍ଗରେ ଛଅରୁ ବାର ବର୍ଷ ବୟସର ପିଲାମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଦର୍ଶାଯାଇଥିବା ସବୁଠାରୁ ପ୍ରିୟ ସିରିଏଲର ୫୦% ହ୍ରାସ ପାଇଥିବା ଜଣାପଡିଛି ।

ଏହି ଅଧ୍ୟୟନ ଅନୁସନ୍ଧାନ କରିଛି ଯେ ଅଧିକାଂଶ ଦୈନନ୍ଦିନ ସିରିଏଲଗୁଡିକ ଘରୋଇ ହିଂସାକୁ ନ୍ୟାୟ ଦେବା ପାଇଁ ବାସ୍ତବତାକୁ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି। ଏପିସୋଡ଼ଗୁଡ଼ିକରେ ଘରୋଇ ହିଂସା କିମ୍ବା ମହିଳାଙ୍କ ପ୍ରତି ନିର୍ଦ୍ଦେଶିତ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ପ୍ରକାର ହିଂସା ସାଧାରଣ ପରି ମନେହେବାପରି ଉପସ୍ଥାପିତ କରାଯାଏ।

ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ରୂପ ଯାହା ଦ୍ରୁତ ଗତିରେ ବିକାଶ ଏବଂ ପରିବର୍ତ୍ତିତ ହେଉଛି, ସେଥିରେ ପିଲାମାନେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଏବଂ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ତତକ୍ଷଣାତ ପ୍ରବେଶ କରିପାରିବେ। ମିଡିଆ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଉପରେ ସାମାନ୍ୟ ସେନ୍ସର କିମ୍ବା ନିୟମାବଳୀ ସହିତ, ଯୁବକ କିଶୋରମାନେ ଅଶ୍ଳୀଳ ୱେବସାଇଟ୍, ସେକ୍ସ ଚାଟ୍ ରୁମ୍, ଏବଂ ଡେଟିଂ ଆପ୍ ଏବଂ ସାଇଟ୍ ପ୍ରବେଶ କରି ବିପଦର ଶିକାର ହୁଅନ୍ତି। ସମ୍ଭାବ୍ୟ ସାଇବର ଅପରାଧ ବିଷୟରେ ଅଜ୍ଞ ,ସୁରକ୍ଷା ବିଷୟରେ ଜ୍ଞାନର ଅଭାବ ଏବଂ ଉପଯୁକ୍ତ ଯୌନ ଶିକ୍ଷାର ଅଭାବରୁ କିଶୋରମାନେ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ପେଡୋଫାଇଲ୍ ଦ୍ୱାରା ଭର୍ଚୁଆଲ୍ କିମ୍ବା ଶାରୀରିକ ନିର୍ଯାତନାର ଶିକାର ହୁଅନ୍ତି ।

ଟେକ୍ନୋଲୋଜିର ଅପବ୍ୟବହାର ଏବଂ ନିର୍ଦ୍ଦୋଷପଣ ହେତୁ ଛୋଟ ପିଲାମାନେ ଯେଉଁମାନେ ନିଜର ଯୌନ ସମ୍ପର୍କ ଅନୁସନ୍ଧାନ କରୁଛନ୍ତି, ସେମାନେ ଲିକ୍ ଭିଡିଓ କିମ୍ବା ଅଶ୍ଳୀଳ ଚିତ୍ରର ଶିକାର ହୁଅନ୍ତି। ପିଲାମାନେ ଅଶ୍ଳୀଳତା ବିଷୟ ଦେଖୁଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ମଧ୍ୟ ସ୍ଥିର କରେ ଯେ, ଭିଡିଓରେ ଥିବା ମହିଳାମାନେ ପୁରୁଷଙ୍କ ଇଚ୍ଛା ଅନୁଯାୟୀ ଯେକୌଣସି ପ୍ରକାରେ ଆନନ୍ଦିତ ହେବା ସହିତ ଭଲ ଅଛନ୍ତି। ମୁଖ୍ୟତଃ ଭାରତରେ ପିଲାମାନେ ଯୌନ ବୋଧଶକ୍ତିକୁ, ଯୌନ ଶିକ୍ଷା କିମ୍ବା ଯୌନ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ବାର୍ତ୍ତାଳାପର ଅଭାବ ହେତୁ ସମସ୍ତ ଅଶ୍ଳୀଳ ଭିଜୁଆଲ ଦେଖି ସତ୍ୟ ଏବଂ ବାସ୍ତବ ବୋଲି ଭାବି ନିଅନ୍ତି।

୪.୬: ଲିଙ୍ଗ ଓ ଯୌନତା

ଆଜିକାଲିର ଯୁବବର୍ଗଙ୍କ ଭାବଭଙ୍ଗୀ ଓ ଆଚରଣକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ରୂପ ଦେବା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ସମ୍ବାଦରେ ଆମେ ଅନେକ ସମୟରେ ମଗ୍ନ ହୋଇଯାଉ। ଲିଙ୍ଗଗତ ରଢ଼ିବଦ୍ଧତା, ବସ୍ତୁନିଷ୍ଠତା ଓ ଯୌନ ଅଘଟଣ ବୃଦ୍ଧି ଏସବୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଚିତ୍ରିତ ହୁଏ। ସେମାନେ ବିଭିନ୍ନ ଯୌନ ବାର୍ତ୍ତା ଓ ଛବି ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସନ୍ତି। ଶିଶୁ ଓ କିଶୋର ମାନଙ୍କ ଉପରେ ନକରାତ୍ମକ ପ୍ରଭାବକୁ ଅଣଦେଖା କରି ଏସବୁ ବିଷୟବସ୍ତୁର ଗ୍ରହଣୀୟତା, ପ୍ରକାଶନ ଓ ପ୍ରସାରଣ ଠିକ୍ ଅଛି ବୋଲି ବୟସ୍କଙ୍କ ଦୁନିଆକୁ ଲାଗିଥାଏ।

ଲିଙ୍ଗ ବିଷୟରେ କହିଲେ ଜଣାଯାଏ ଯେ, ପୁରୁଷ, ମହିଳା କିମ୍ବା କିନ୍ନର, ପ୍ରତ୍ୟେକଙ୍କ ଭୂମିକା ଗୁଡିକୁ ପ୍ରକୃତ ସତ ଭାବରେ ଚିତ୍ରଣ ହୋଇ ନଥାଏ। ଭାରତୀୟ ଟେଲିଭିଜନ ଓ ସିନେମା ଶିଳ୍ପ (ହାତଗଣତି କେତେକ ସିନେମା ଟେଲିଭିଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁ ବାଦ୍ ଦେଇ) ପୁରୁଷମାନଙ୍କୁ ନକରାତ୍ମକ ଚରିତ୍ର ବିରୋଧରେ ଲଢ଼ିବା ଏବଂ ମହିଳାମାନଙ୍କୁ ସୁରକ୍ଷା ଦେଉଥିବା ଶକ୍ତିଶାଳୀ, ଦୃଢ଼ ଓ ନିର୍ଭୟ ବ୍ୟକ୍ତି ରୂପେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ କରାଇଥାଏ। ପୁରୁଷ କେବେ ବିଫଳ ହୋଇ ନ ପାରେ, ଶାରୀରିକ ଭାବେ ଦୁର୍ବଳ ହୋଇ ନଥାଏ କିମ୍ବା କାନ୍ଦି ପାରେନାହିଁ ବୋଲି ବୋଲି ଭାରତୀୟ ସମାଜରେ ଏକ ଧାରଣା ରହିଛି। ଯଦି ଆମେ ବର୍ତ୍ତମାନ ସମୟରେ ଶରୀରର ଚିତ୍ରକୁ ଦେଖିବା, ତେବେ ସହରାଞ୍ଚଳର କାମାତୁର ପୁରୁଷକୁ ସିକ୍ସ-ପ୍ୟାକ୍ ଚେହେରା ଓ କେଶଶୂନ୍ୟ ଛାତିରେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ କରାଯାଏ। ପୁରୁଷମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଅଭିନୀତ ନକରାତ୍ମକ ଚରିତ୍ରକୁ ମଧ୍ୟ ମର୍ଯ୍ୟାଦା ଦିଆଯାଏ।

ପିଲାମାନେ ଟେଲିଭିଜନ ଓ ସିନେମାର ଦୃଶ୍ୟକୁ ବାସ୍ତବ ବୋଲି ବିଶ୍ୱାସ କରୁଥିବାରୁ ପୁରୁଷମାନଙ୍କର ଏଭଳି ଉପସ୍ଥାପନା ପିଲାଙ୍କ ପାଇଁ ଆଦର୍ଶ ରୂପେ କାର୍ଯ୍ୟ କରେ। ଏପରିକି ସେମାନେ ଭାଷା, ଉଚ୍ଚାରଣ, ଆଳାପ ଓ ବେଶପୋଷାକ ଏମିତି କିଛି ବି ରୂପରେ ଏହାର ଅନୁକରଣ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିଥାନ୍ତି।

ମହିଳାମାନଙ୍କ ଅନେକ ସମୟରେ ଯୌନଭୋଗ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ରୂପେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହୋଇଥାନ୍ତି। ପୁରୁଷ ଅଭିନେତାମାନେ ସେମାନଙ୍କ ପିଛା କଲେ ଅଭିନେତ୍ରୀମାନେ ଖୁସି ହୋଇଥାନ୍ତି ଏବଂ ଏପରିକି ଇଭ୍-ଟିଜିଂ ପ୍ରସ୍ତାବକୁ ଗ୍ରହଣ କରି ନେଇଥାନ୍ତି। ନିର୍ଯ୍ୟାତନା ଓ ଏହାକୁ ସାଧାରଣ, ସୁନ୍ଦର ଓ ଆନନ୍ଦଦାୟକ ଭାବେ ଗ୍ରହଣ କରି ନେବାର ଧାରା ଶିଶୁମାନଙ୍କ ଚିନ୍ତନ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ନକାରାତ୍ମକ ଧାରଣା ସୃଷ୍ଟି କରିବାର କ୍ଷମତା ରଖେ। ଏମିତି ଲାଗେ ଯେମିତିକି କ୍ଷମତାରେ ଥିବା ପୁରୁଷ ଜଣେ ମହିଳାଙ୍କ ସହ ଯେପରି ଇଚ୍ଛା ସେପରି ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବ, ମହିଳାଜଣକ ପ୍ରଥମେ ଅସହଜ ଅନୁଭବ କରିବ ଓ ଶେଷରେ ପୁରୁଷର ତଥାକଥିତ ସୌନ୍ଦର୍ଯ୍ୟ ଓ ଚତୁରତା ନିକଟରେ 'ଖୁସିରେ'ଆତ୍ମସମର୍ପଣ କରିବ।

ମହିଳାମାନେ ଅନେକ ସମୟରେ ନାୟକ ସହିତ କ୍ଷୁଦ୍ର ଓ ସହଯୋଗୀ ଭୂମିକାରେ ଅଭିନୟ କରୁଛନ୍ତି। ଅଧିକାଂଶ ସିନେମାରେ, ମହିଳାମାନେ ପୁରୁଷକୁ ବିପଦ ସମୟରେ ନୈତିକ ସମର୍ଥନ ଯୋଗାଇ ପୁରୁଷର ଶକ୍ତିର ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କରିଥାନ୍ତି, ତେବେ ସେହି ଭୂମିକା କେବଳ ଗାୟନ ଓ ନୃତ୍ୟରେ ସୀମିତ ରହିଥାଏ। ଗୀତର ସଙ୍ଗୀତକୁ ମଧ୍ୟ ଅତ୍ୟଧିକ ପୁରୁଷପ୍ରଧାନ ଯୌନକାମନା ସୂଚକ ଭାବରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଉଛି। ମହିଳାମାନେ ଖୁବ୍ ସହଜରେ ପୁରୁଷର ଯୌନ ଲାଳସା ପୂରଣ କରୁଥିବା ବସ୍ତୁ ରୂପେ ଚିହ୍ନିତ ହେଉଛନ୍ତି। ବାସ୍ତବରେ, ଏପରି କେତେକ ସଙ୍ଗୀତ ଏତେ ଯୌନସୂଚକ ଯେ ମହିଳାମାନଙ୍କୁ ଉପଭୋକ୍ତା ସାମଗ୍ରୀ ଭାବରେ ତୁଳନା କରାଯାଇ ପାରୁଛି। ମନୋରଞ୍ଜନ ଭଳି ଲାଗୁଥିଲେ ବି ଏହା ପୁରୁଷଙ୍କ ତୁଳନାରେ ମହିଳାଙ୍କ ଗୁରୁତ୍ୱହୀନ ଭାବରେ ପ୍ରତିଫଳିତ ହୋଇଥାଏ। ସ୍ୱର ମଧୁର ହୋଇଥିଲେ ମଧ୍ୟ ସଙ୍ଗୀତ ସେପରି ହୋଇନଥାଏ ଏବଂ ଶିଶୁମାନେ ଏହି ବିଷୟବସ୍ତୁର ଉପଭୋକ୍ତା ସାଜିବେ ଓ ଏହାକୁ ବାସ୍ତବ ବୋଲି ଗ୍ରହଣ କରିବେ ବୋଲି ବୟସ୍କ ଲୋକେ ବୁଝିବାରେ ବିଫଳ ହୁଅନ୍ତି।

ଏପରିକି ନକାରାତ୍ମକ ଭୂମିକାରେ ବି ପୁରୁଷମାନଙ୍କ ଗୁଣଗାନ କରାଯାଏ। ମୁଗାମ୍ବୋ, ଶାକାଲ୍, ଗବ୍ବର୍, ଡନ୍, ଡ. ଡାଙ୍ଗ୍ – ଏମାନେ ହେଉଛନ୍ତି ବଡ଼ ପରଦାରେ ଅଭିନୀତ ପ୍ରିୟ ଖଳ ଚରିତ୍ରଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ ଅନ୍ୟତମ। ସର୍ବାଧିକ ପ୍ରିୟ ଖଳ ଚରିତ୍ର ଅଭିନେତାମାନଙ୍କ ଶୀର୍ଷରେ ରହିବେ ହିନ୍ଦୀ ସିନେମା ଅଭିନେତା ପ୍ରାନ୍। ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ, ସିନେମା କିମ୍ବା ଟେଲିଭିଜନ ପରଦାରେ ଖଳଚରିତ୍ର ଅଭିନେତ୍ରୀଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ଚରିତ୍ର ବିଷୟରେ କିଛି ଚିନ୍ତା ନକରି ସେମାନଙ୍କୁ 'ଭ୍ୟାମ୍ପ୍' ରୂପେ ଚିହ୍ନିତ କରାଯାଏ। ପୁରୁଷମାନଙ୍କ ଖଳଚରିତ୍ର ଅଭିନୟର ଗୁଣଗାନ କରାଯାଉଥିବାବେଳେ ମହିଳାଙ୍କ ଖଳଅଭିନୟକୁ ସବୁବେଳେ ଲଜ୍ଜାଜନକ ଭାବିବା ଭେଦଭାବର ଭୟାନକ ରୂପ ପ୍ରଦର୍ଶିତ କରିଥାଏ। ବାସ୍ତବ ଜୀବନରେ ଦୃଢ଼, ନିରପେକ୍ଷ ଆଚରଣ ଓ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ବିଶିଷ୍ଟ ବିନ୍ଦୁ, ଲଳିତା ପାୱାର୍ କିମ୍ବା ଶଶିକଳାଙ୍କ ଉଦାହରଣ ଏବେ ବି ବ୍ୟଙ୍ଗାତ୍ମକ ରୂପେ ଦିଆଯାଇଥାଏ।

ସାଂସ୍କୃତିକ ଔପନିବେଶବାଦ ଧୀରେଧିରେ ଭାରତୀୟ ମାନସିକତାକୁ ଆଚ୍ଛନ୍ନ କରିଥିଲେ ବି ଭାରତୀୟ ବିଜ୍ଞାପନ କଥା ଉଠିଲେ, ତଥାପି ଏହା ଗୋଟିଏ ପାଦ ପଛରେ ଅଛି। ମାଉଣ୍ଟେନ୍ ଡ୍ୟୁର ଏକ ବିଜ୍ଞାପନରେ

ଟ୍ୟାଗ୍‌ଲାଇନ୍ 'ଆଜ୍ କୁଛ୍ ତୁଫାନି କର୍‌ତେ ହେଁ' ସର୍ବଦା ଚିତ୍ରିତ କରେ ଯେ କେବଳ ପୁରୁଷମାନେ ହିଁ କାମୋଦ୍ଦୀପକ ଏବଂ ଦୁଃସାହସୀ ହୋଇପାରନ୍ତି। ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ମହିଳାମାନଙ୍କୁ ନିଜର ସନ୍ତାନମାନଙ୍କୁ ଭଲ ଖାଦ୍ୟ ଖୁଆଉଥିବା ଗୃହକର୍ତ୍ତ୍ରୀ ରୂପେ ଖୁବ୍ ସହଜ ଭାବରେ ଚିତ୍ରଣ କରାଯାଏ। ଗତ ୨୦ ବର୍ଷ ମଧ୍ୟରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଧୀରେ ଧୀରେ ଉନ୍ନତି ପଥରେ ବଦଳି ଚାଲିଛି ହେଲେ ଏହା ଏବେ ବି ପୂର୍ବନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ଓ ପୂର୍ବକଳ୍ପିତ ଲିଙ୍ଗଗତ ଭୂମିକା ଯୋଗୁ ପିତୃକୈନ୍ଦ୍ରିକ ଚିନ୍ତାଧାରାର ଶିକାର ହେଉଛି।

ପ୍ରସାଧନ ସାମଗ୍ରୀର ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ କୃଷ୍ଣକାୟ ଚେହେରା, କେଶଯୁକ୍ତ ଶରୀରକୁ ବାଦ୍ ଦେଇଥାନ୍ତି, ଭଲ ଚାକିରି ଓ ସୁନ୍ଦର ପୁରୁଷ ବନ୍ଧୁଟିଏ ପାଇବା ପାଇଁ ସଫଳତାର ମନ୍ତ୍ର ରୂପେ ଅଭିନୟ କରିଥାନ୍ତି। ସାଇଜ୍ ଜିରୋ ମହିଳାମାନେ ସୁନ୍ଦର ଓ 'ମୋଟି' ଶବ୍ଦ ହିଁ ଉବା ଖାଦ୍ୟ ଖାଇବା ଭଳି ଅସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକର ମହିଳା ବୋଲି ଧରାଯାଏ। କୌଣସି ପତଳୀ, ହାରାହାରି ଉଚ୍ଚତା ଓ ଗୋରା ମହିଳା ଦୃଶ୍ୟ-ଶ୍ରାବ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ବୋଲି ମନେ କରାଯାଏ। କିଶୋରୀମାନଙ୍କର ଅବଚେତନ ଅବସ୍ଥାରେ ସେଭଳି ଭୂମିକାରେ ଅଭିନୟ କରିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ରହିଛି ବୋଲି ଏଭଳି ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଷୟବସ୍ତୁର ପ୍ରସ୍ତୁତକର୍ତ୍ତାମାନେ ଭୁଲି ଯାଆନ୍ତି।

କିନ୍ନରମାନଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ଭିନ୍ନ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ରୂପାୟିତ କରାଯାଏ। ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଯୌନତା କ୍ରମେ ଗ୍ରହଣୀୟ ହେବାରେ ଲାଗିଛି କିନ୍ତୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଏହା ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ହୋଇନାହିଁ। ତମନ୍ନା ଶୀର୍ଷକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରଟି କିନ୍ନର ଭୂମିକା ଅଭିନୟ କରିଥିବା ଅଭିନେତା ପରେଶ ରାୱଲ୍‌ଙ୍କ ଚରିତ୍ରକୁ ବିଶେଷ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଏ, ଯିଏ ନିଜେ ଜଣେ ଅନାଥ ଝିଅକୁ ପାଳି ବଡ଼ କରନ୍ତି। ସେହିପରି କରନ୍ ଜୋହର୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଯୋଜିତ କିମ୍ୱା ନିର୍ଦ୍ଦେଶିତ କେତେକ ଫିଲ୍ମ ସମକାମୀ ଚରିତ୍ରମାନଙ୍କୁ ଦେଖାଇଥାଏ। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଜଣେ ଲୋକପ୍ରିୟ ସିନେମା ନିର୍ମାତା ଭାବରେ କରନ୍ ତାଙ୍କର ଫିଲ୍ମ **କଲ୍ ହୋ ନା ହୋ** ଓ **ଦୋସ୍ତାନା** (ପ୍ରଯୋଜିତ) ଓ ବମ୍ବେ ଟକିଜ୍‌ରେ, ବିଭିନ୍ନ ଗୋପନୀୟ ଯୌନକାମନା ଦେଖାଇବାରେ ସଫଳ ହୋଇଛନ୍ତି।

୪.୭: ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭେଦ

ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ୪୦%ରୁ ଅଧିକ ଶିଶୁ ଥିବା ଭାରତରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଉପଲବ୍ଧି ବୁଝିବା ମଧ୍ୟ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ଏବେ ମଧ୍ୟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ଏକ ସିଂହଭାଗ, ଅଧିକାଂଶ ପ୍ରକାରର ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଖରେ ଅପହଞ୍ଚ ଓ ସେଥିମଧ୍ୟରୁ ମଧ୍ୟ କେତେକ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଶିକ୍ଷିତ। ଶିଶୁମାନଙ୍କର ସ୍ୱର କେମିତି ଶୁଣାଯିବ ସେହି ଉପାୟଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦୃଷ୍ଟି ପକାଇବା ଆବଶ୍ୟକ। ଶିଶୁ ଓ କିଶୋରଙ୍କ ସମସ୍ୟାର ସମାଧାନ ପାଇଁ ଜନତା ବା ଗୋଷ୍ଠୀ ମଧ୍ୟରେ ପାରସ୍ପରିକ ଯୋଗାଯୋଗ ଏକ ବଡ଼ ଉପାୟ ହୋଇପାରେ।

ମହିଳା, ଶିଶୁ ମାନଙ୍କର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ଗ୍ରାମ୍ୟ ଉନ୍ନୟନ ଉପରେ ଆଲୋଚନା ପାଇଁ ଆକାଶବାଣୀର ଅତି କମ୍‌ରେ ୧୦୦ ମିନିଟ୍ ପ୍ରସାରଣ ସମୟ ରହିଛି। ନିଜେ ବଞ୍ଚୁଥିବା ଦୁନିଆ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିବା ପାଇଁ ଏହା ଶିଶୁ ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ। ରେଡିଓ ବ୍ରହ୍ମପୁତ୍ର ଭଳି ଗୋଷ୍ଠୀ ବେତାର କେନ୍ଦ୍ରରେ ମହିଳା ଓ ଶିଶୁମାନଙ୍କ ଉପରେ ଅନେକ ବିଶେଷ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ରହିଛି।

ମୁମ୍ବାଇରେ ୨୦୧୬ରେ ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ଆପ୍‌ଭିତ୍ତିକ **ରେଡିଓ ଉଇ କିଡ୍‌ସ** ଲାଇଭ୍ ଆରମ୍ଭ ହେଲା, ଯାହା ଜରିଆରେ ଶିଶୁମାନେ ପେଶାଦାରମାନଙ୍କ ମାର୍ଗଦର୍ଶନରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରଯୋଜନା ଓ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବେ।

ପାଞ୍ଚ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାରର ସକାରାତ୍ମକ ପ୍ରଭାବ

ବ୍ୟାବସାୟିକ ସ୍ୱୀକୃତି ପାଇବା ଓ ରାଜସ୍ୱ ସଂଗ୍ରହ କରିବା ଗଣମାଧ୍ୟମର ମୁଖ୍ୟ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଓ ସେହି କାରଣରୁ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ନେଇ ଆପୋଷ ବୁଝାମଣା କରାଯାଏ ବୋଲି ଏକବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀର ଗଣମାଧ୍ୟମ ବାବଦରେ ଅନେକ କଥା କୁହା ଗଲାଣି। ଏହା କହିବା ସହ ଆମେ ଏହି ନିଷ୍କର୍ଷରେ ପହଞ୍ଚିବା ଯେ, ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ଶିଶୁମାନେ ବରିଷ୍ଠମାନଙ୍କ ଉପଯୁକ୍ତ ମାର୍ଗଦର୍ଶନରେ ଗ୍ରହଣ କଲେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟବହାର ଶିଶୁମାନଙ୍କ ବିକାଶ ଓ ଅଭିବୃଦ୍ଧିରେ ସକାରାତ୍ମକ ପ୍ରଭାବ ପକାଇ ପାରିବ।

ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମ କ୍ଷେତ୍ରରେ ହିନ୍ଦୁ, ଟେଲିଗ୍ରାଫ୍, ଆସାମ୍ ଟ୍ରିବ୍ୟୁନ୍ ଭଳି ଭାରତୀୟ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଶିଶୁମାନଙ୍କ ପାଇଁ ୟଙ୍ଗ ୱାର୍ଲଡ୍, ଟେଲି କିଡ୍‌ସ ଓ ହୋରିଜନ୍ ଭଳି ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ସାପ୍ତାହିକ କ୍ରୋଡ଼ପତ୍ର ପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି। ଏଥିରେ ଶିଶୁମାନଙ୍କର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ନେଇ ଉତ୍ସାହବର୍ଦ୍ଧକ, ପ୍ରେରଣାଦାୟୀ ଓ ସୂଚନାପୂର୍ଣ୍ଣ କାହାଣୀ ସବୁ ପ୍ରକାଶ ପାଏ। ଏଥିରେ ମଧ୍ୟ କାହାଣୀ, ଆଲେଖ୍ୟ ଓ ଶିଶୁମାନେ ଆଙ୍କିଥିବା ଛବି ପ୍ରକାଶ ପାଏ। ଶିଶୁମାନେ ସମାଧାନ କରିବା ପାଇଁ କୁଇଜ୍, କୌତୁକ ପ୍ରଶ୍ନ ମଧ୍ୟ ପ୍ରକାଶ ପାଇଥାଏ। କୋଲକାତାରୁ ପ୍ରକାଶିତ ଟେଲିଗ୍ରାଫ୍‌ର ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ପ୍ରସ୍ଥ 'ଦ ଟେଲିଗ୍ରାଫ୍ ଇନ୍ ସ୍କୁଲ୍‌ସ' ଅଛି ଯେଉଁଥିରେ ବିଦ୍ୟାଳୟର ଛାତ୍ରଛାତ୍ରୀ କୁନି ସମ୍ବାଦଦାତା ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରନ୍ତି ଏବଂ ବିଦ୍ୟାଳୟ ଓ ପାର୍ଶ୍ୱବର୍ତ୍ତୀ ଅଞ୍ଚଳର ଘଟଣା ଉପରେ ଖବର ପଠାନ୍ତି। ଶିଶୁ ପତ୍ରିକାଗୁଡ଼ିକ ଟିଙ୍କଲ୍, ମାଗି ପଟ୍, ପଞ୍ଚତନ୍ତ୍ର, ଟୁଟ୍, ହୁଟ୍ ଭଳି କୌତୁକିଆ କାହାଣୀମାଳା ସହିତ ସାହସ ଓ ନେତୃତ୍ୱର କାହାଣୀ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଓ ସ୍ୱପ୍ନକୁ ସାକାର କରିବାର ଚିନ୍ତାଧାରା ଥିବା କାହାଣୀ ଛପାଇଥାନ୍ତି।

ଶିଶୁମାନେ ନିଜ ଚାରିପଟର ବିଶ୍ୱ ସଂପର୍କରେ ପୋଷଣ କରୁଥିବା ଧାରଣା ସହ ଶିଶୁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରଗୁଡ଼ିକର ଅନେକ ସାମ୍ୟ ରହିଛି। ଆରମ୍ଭରେ ଅବାସ୍ତବ କଳ୍ପନା, ଆନିମେସନ୍ ଓ ବିଜ୍ଞାନ କାହାଣୀଭିତ୍ତିକ ଫିଲ୍ମ ଭାରତୀୟ ଫିଲ୍ମ ପ୍ରେକ୍ଷାପଟରେ ନିର୍ମିତ ହେଉଥିଲା। **ଗୋପି ଭାଗା ଫେରେ ଆଲୋ, ଗୋପି ଗାଏନ୍ ବାଘ ବାଏନ୍, ଖେଲଘର୍** ଆଦି ଅନେକ ଫିଲ୍ମ କୌଣସି ମତେ ଶିଶୁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ଧାରାକୁ ଆରମ୍ଭ କରିଦେଲା। ୮୦ ଓ ୯୦ ଦଶକରେ ଛୋଟା ଚେତନ, ମାନୁ ଅଙ୍କଲ୍, ଅଞ୍ଜଲି, ହାଲୋ ଓ ଅଭୟ ଆଦି ଅନେକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ମୁଖ୍ୟ ଚରିତ୍ରରେ ଅଭିନୟ କରୁଥିବା ଶିଶୁକଳାକାର-କୈନ୍ଦ୍ରିକ ହେଲା।

୨୦୦୦ ମସିହାର ମଧ୍ୟଭାଗ ବେଳକୁ, ଭାରତୀୟ ଶିଶୁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଭାରତୀୟ ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିଥିଲା। ତାରେ ଜମିନ୍ ପର, ଭୁତ୍‌ନାଥ୍, ଷ୍ଟାନ୍‌ଲି କା ଡବା, ଆଇ ଆମ୍ କଲାମ୍, ଚିଲ୍ଲର୍ ପାର୍ଟି, ଉଡାନ୍ ଆଦି ହିନ୍ଦୀ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ଭାରତୀୟ ଦର୍ଶକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ହଇଚଇ ସୃଷ୍ଟି କଲା। ସେହିପରି କର୍ଣ୍ଣାଟକ, ମହାରାଷ୍ଟ୍ର, ପଶ୍ଚିମବଙ୍ଗ, କେରଳ ଓ ଆସାମ ଭଳି ରାଜ୍ୟରେ ଲୋକପ୍ରିୟ ଭାରତୀୟ ସିନେମାବର୍ଗରେ ଶିଶୁ ଓ କିଶୋରଙ୍କ ସମସ୍ୟାକୁ ନେଇ ପୁରସ୍କାରପ୍ରାପ୍ତ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେଲା।

କିଲ୍ଲା, ଏଲିଜାବେଥ୍ ଏକାଦଶୀ ଓ ଫାଣ୍ଡ୍ରି ଭଳି ମରାଠୀ ଫିଲ୍ମ ଓ ତୋରା, ସ୍ମାଇଲ୍ ଭଳି ଅହମୀୟା ଫିଲ୍ମ ଏବଂ ପୁତନି ପାର୍ଟି ବା କେୟାର୍ ଅଫ୍ ଫୁଟ୍‌ପାଥ୍ ଭଳି କନ୍ନଡ ଫିଲ୍ମ ବୃହତ୍ତର ସାମୁହିକ ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଆରମ୍ଭ କଲା।

ଶିକ୍ଷା ଓ ମନୋରଞ୍ଜନ ଯୋଗାଇ ଦେବା ପାଇଁ ଶିଶୁଙ୍କ ଟେଲିଭିଜନ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଓ ପ୍ରଯୋଜିତ ହେଲା। ଜୀବନ ସଂପର୍କରେ ଶିଶୁମାନଙ୍କୁ ଶିକ୍ଷା ଦେବା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଶ୍ୱର ଅନ୍ୟତମ ପୁରାତନ ଶିଶୁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ହେଉଛି ସିସେମ୍ ଷ୍ଟ୍ରୀଟ୍। ଭାରତରେ ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ **ଶକ୍ତିମାନ୍**କୁ ୯୦ ଦଶକର ସମସ୍ତ ଶିଶୁଙ୍କର ସବୁଠୁ ପ୍ରିୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବୋଲି ସର୍ବଦା ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ। ଦୂରଦର୍ଶନ ପ୍ରସାରିତ ଅନେକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ମଧ୍ୟରୁ ଜାପାନୀ ଭାଷାରେ ଡବିଂ କରାଯାଇଥିବା ପ୍ରାଣୀଭିତ୍ତିକ ଜଙ୍ଗଲ୍ ବୁକ୍, ମାଲଗୁଡ଼ି ଡେଜ୍, କ୍ୟାପ୍‌ଟେନ୍ ଭ୍ୟୋମ୍, ବିକ୍ରମ ଔର୍ ବେତାଲ୍ ଭଳି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଥିଲା ଓ କେବଳ ଶିଶୁମାନଙ୍କ ସହ ବୟସ୍କଙ୍କର ମନୋରଞ୍ଜନ ଉପରେ ବିଶେଷ ଧ୍ୟାନ ଦେଇଥିଲା। ମୋଟାମୋଟି ଭାବେ ଏସବୁ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ମୂଳକଥା ଥିଲା ଖରାପ ଉପରେ ଭଲର ବିଜୟ। ୧୯୯୦ ଦଶକର ମଧ୍ୟଭାଗରେ ଘରୋଇ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ଆରମ୍ଭ ହେବା ସହ, ରିଅଲିଟି ସୋ' ଏକ ଧାରାରେ ପରିଣତ ହେଲା। ବିଭିନ୍ନ ବୟସବର୍ଗର ଶିଶୁ ସେମାନଙ୍କ ନୃତ୍ୟ ପ୍ରତିଭା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବା ପାଇଁ **ବୁଗି ଉଗି** ଭଳି ଡ୍ୟାନ୍‌ସ ସୋ'ରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ବିଭାଗ ରହିଥିଲା। ବର୍ଣ୍ଣଭିଟା କ୍ୱିଜ୍ କଣ୍ଟେଷ୍ଟ୍ ମଧ୍ୟ ଅନ୍ୟ ଏକ ସୋ' ଥିଲା ଯାହା କି ଡେରେକ୍ ଓ ବ୍ରାଏନ୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ପ୍ରଶ୍ନୋତ୍ତରୀ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ଭାଗ ନେବା ପାଇଁ ସାରା ଭାରତର ବିଭିନ୍ନ ବିଦ୍ୟାଳୟର ଛାତ୍ରଛାତ୍ରୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଚାଞ୍ଚଲ୍ୟ ସୃଷ୍ଟି କରିଥିଲା। କୌନ୍ ବନେଗା କରୋଡପତିର ମଧ୍ୟ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଶିଶୁଭିତ୍ତିକ ସିରିଜ୍ ହୋଇଥିଲା। ଏକବିଂଶ ଶତାବ୍ଦୀର ମଧ୍ୟଭାଗ ଆଡ଼କୁ ଗାଇବା, ନାଚିବା ଓ ରୋଷେଇ କରିବାର ରିଅଲିଟି ସୋ'ଗୁଡ଼ିକ ଏତେ ଲୋକପ୍ରିୟ ହୋଇ ଉଠିଲା ଯେ, ମୋଟାମୋଟି ଭାବରେ ଏହା ଅଭିଭାବକମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ପାଠ ସହିତ ନିଜ ପିଲାଙ୍କୁ ଶାଠରେ ଦକ୍ଷ କରାଇବାର ଏକ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦିତାମୂଳକ ଇଚ୍ଛା ସୃଷ୍ଟି କଲା।

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ, ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଓ ମୋବାଇଲ୍ ଆପ୍‌ଗୁଡ଼ିକୁ ପିତାମାତାଙ୍କ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱୀ ବୋଲି ମନେ କରାଗଲା କାରଣ ସେମାନଙ୍କ ପିଲାମାନେ ଏଥିରେ ଗଭୀର ଭାବରେ ମଜି ରହିଲେ। ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ବୟସ୍କଙ୍କ ମାର୍ଗଦର୍ଶନରେ ଶିକ୍ଷା-ମନୋରଞ୍ଜନ ଓ ସୂଚନା-ମନୋରଞ୍ଜନ ପାଇଁ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଏକ ବଢିଆ ଉପାୟ ହୋଇ ପାରିଲା। ଏବେ ପିଲାମାନେ ଟାବ୍‌ଲେଟ୍ ଓ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ଭଳି ଯନ୍ତ୍ରରେ ଖେଳୁଛନ୍ତି। ଜ୍ଞାନକୌଶଳ ବ୍ୟବହାରବିଧି ଉପରେ ଧାରଣା ବଢାଇବାରେ ଏହା ସାହାଯ୍ୟ କରୁଛି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ମଧ୍ୟ ଏକ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇପାରେ, ଯେଉଁଠି ଶିଶୁ ନିଜର ଭାବନାର ପରିପ୍ରକାଶ ପାଇଁ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସ ଓ ସାହସ ବଢାଇ ପାରିବ। ଏହା ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ ଜ୍ଞାନ ବଢାଇବାର ଏକ ଉପାୟ ହୋଇପାରିବ ଓ କିଶୋରମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଜଣେ ଉଦ୍ୟୋଗୀ ହେବାର ସ୍ଥାନ ନେଇପାରିବ। ଦ ସିକ୍ରେଟ୍ ମିଲିଓନେୟାର୍ସ କ୍ଲବ୍ ହେଉଛି ଆମେରିକାର ଅନ୍ୟତମ ଅନ୍‌ଲାଇନ୍ ବିଜ୍‌ନେସ୍ ଟ୍ୟୁଟରିଆଲ୍ ତଥା ଆନିମେଟେଡ୍ ଟେଲିଭିଜନ ସିରିଜ୍, ଯାହାର ଲକ୍ଷ୍ୟ ୭ରୁ ୧୧ ବର୍ଷ ବୟସର ଶିଶୁମାନଙ୍କୁ ଜୀବନର ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟକର ଅଭ୍ୟାସ ସଂପର୍କରେ

ଜଣାଇବା ଏବଂ ଜୀବନ ଓ ବାଣିଜ୍ୟ ସଂପର୍କରେ ବାସ୍ତବ ଶିକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା। ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆତ୍ମବିକଶିତ କୋଟିପତି ବ୍ୟବସାୟୀ ୱାରେନ୍ ବଫେଟ୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସଂଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ।

ଶିଶୁମାନଙ୍କ ଅଭିନୟ ଓ ଦକ୍ଷତା ବିକାଶ କୌଶଳ ପାଇଁ ଥିଏଟର୍ ମଧ୍ୟ ଏକ ବଡ଼ ମଞ୍ଚ ପାଲଟିଛି। ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ହୋଇନଥିଲେ ମଧ୍ୟ, ଶିଶୁଙ୍କ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ବିକାଶରେ ସହାୟତା କରିବାରେ ଏହା ନିଶ୍ଚିତ ରୂପେ ଏକ ସକ୍ରିୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ। ଭାରତରେ **ଦ ଲିଟଲ୍ ଥିଏଟର୍** ଭଳି ଥିଏଟର୍ କମ୍ପାନୀ ୧୯୯୧ରୁ ଶିଶୁମାନଙ୍କୁ ଅଭିନୟ କଳାରେ ସହାୟତା କରି ଆସୁଛନ୍ତି।

ତେଣୁ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଏହିଭଳି ବିଷୟବସ୍ତୁ ଶିଶୁମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ଚେତନାର ବିକାଶରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ।

୪.୮: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍‌ରେ ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ, ଶିଶୁମାନଙ୍କ ଉପରେ ଭୟଙ୍କର ଓ ଗ୍ରହଣୀୟ ପ୍ରଭାବ ପକାଉଥିବା ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ଓ ପ୍ରସାରିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସଂପର୍କରେ ଶିକ୍ଷାର୍ଥୀମାନେ ଏକ ଧାରଣା ପାଇ ସାରଛନ୍ତି। ଶିଶୁମାନେ ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ପ୍ରତ୍ୟେକ ମାଧ୍ୟମର ସକାରାତ୍ମକ ଓ ନକାରାତ୍ମକ ପ୍ରଭାବ ରହିଛି। ଶିଶୁମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଲବ୍ଧ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ତଦାରଖ କରିବାରେ ପିତାମାତା, ଶିକ୍ଷକ ଓ ଅଭିଭାବକମାନେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି। ଶିଶୁମାନଙ୍କ ମାନସିକ ଓ ସାମାଜିକ ଗତିବିଧି ଓ ଆଚରଣ ଉପରେ ପ୍ରଭାବକୁ ନେଇ ଶିଶୁମାନଙ୍କର ଯେଭଳି କମ୍ କ୍ଷତି ହେବ ସେଭଳି ଢଙ୍ଗରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାରେ ମଧ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଭୂମିକା ରହିଛି। ସୂଚନା ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସମ୍ବେଦନଶୀଳତା ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ ଉନ୍ନତ ଭବିଷ୍ୟତ ପାଇଁ ଉନ୍ନତ ଜ୍ଞାନ ସୃଷ୍ଟି କରିବ।

୪.୯: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧. 'ବିଶ୍ୱ ଗ୍ରାମ' ଶବ୍ଦକୁ କିଏ ସୃଷ୍ଟି କରିଥିଲେ ? ଏହାର ଅର୍ଥ କ'ଣ ?

----

୨. ଶିଶୁ ଓ ହିଂସା ମଧ୍ୟରେ ସଂପର୍କ କ'ଣ ?

----

୩. ତୁମେ ପିଲାବେଳେ ଦେଖିଥିବା ଏକ ଶିଶୁ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ନାମ ଲେଖ। ତୁମ ଉପରେ ଏହାର କି ପ୍ରଭାବ ପଡ଼ିଥିଲା ?

ୟୁନିଟ୍- ୫: ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ,ସମ୍ବଲପୁର
ODISHA STATE OPEN UNIVERSITY, SAMBALPUR

୫.୦: ବିଷୟର ଗଠନ

- ୫.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
- ୫.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ
- ୫.୩: ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଉପସ୍ଥାପନା
- ୫.୪: ଗଣମାଧ୍ୟମର ସମ୍ବେଦନଶୀଳତା
- ୫.୫: କେତେକ କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନ
- ୫.୬: ବିଷୟ ସାରାଂଶ
- ୫.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୫.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍‌ରେ ଆମେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ବିଭିନ୍ନ ରୂପ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଏହାର ବର୍ଣ୍ଣନା ଉପରେ ନଜର ପକାଇବାକୁ ଯାଉଛେ। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ, ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକାର ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା।

୫.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

ବହୁ ଶତାବ୍ଦୀ ଧରି ସମାଜ ବିଭିନ୍ନ ନିୟମ ପ୍ରଣୟନ କରି ଆସିଛି ଓ ଏହା ମଧ୍ୟ ଶାରୀରିକ ଗଠନ ବର୍ଣ୍ଣନାର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ରୂପ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଛି। ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ରୂପର ବ୍ୟତିକ୍ରମ ହେଲେ ତାକୁ 'ଭିନ୍ନ' କୁହାଯାଏ। ଏହି କୃତ୍ରିମତା କେଉଁଠି ସରିବ ଓ ବାସ୍ତବତା କେଉଁଠାରୁ ଆରମ୍ଭ ହେବ ତାହା ଅନୁମାନ କରିବା କଷ୍ଟକର। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ ବହୁ ଶତାବ୍ଦୀ ଧରି ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ରୂପଠାରୁ ଅଲଗା ବା 'ଭିନ୍ନ' ଜନସଂଖ୍ୟା ବୋଲି ଧରାଯାଏ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଲୋକଙ୍କର ଆବଶ୍ୟକତା ପୂରଣ ପାଇଁ ସାର୍ବଜନୀନ ପଦକ୍ଷେପ ନିଆଯିବାର ଧାରା ବେଶୀ ଦିନର ନୁହେଁ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ବିଭିନ୍ନ ମଡେଲ୍‌ର ପ୍ରଗତିଶୀଳ ଅଗ୍ରଗତି ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନ(ଡିଆର୍‌ଏମ୍)ର ଇତିହାସକୁ ପ୍ରତିଫଳିତ କରିଥାଏ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ପ୍ରତି ସମାଜର ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ଦୃଷ୍ଟିରୁ, ଆମେ ପର୍ଯ୍ୟାୟଗୁଡ଼ିକୁ ୩ଟି ମଡେଲ୍/ନମୁନା ଯଥା: ଧାର୍ମିକ ମଡେଲ୍, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଗତ ମଡେଲ୍ ଓ ସାମାଜିକ ମଡେଲ୍ ରୂପେ ବିଭକ୍ତ କରି ପାରିବା।

ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଧାର୍ମିକ ମଡେଲ୍ ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାକୁ ଧାର୍ମିକ ବିଶ୍ୱାସ, ଉପକଥା ଓ ଲେଖା ଉପରେ ସ୍ଥାପିତ କରିଥାଏ। ଇହୁଦୀ-ଖ୍ରୀଷ୍ଟୀୟ ସମାଜରେ, ଶାରୀରିକ ପାର୍ଥକ୍ୟର ଧାରଣା ବାଇବେଲ୍‌ର ଉଦାହରଣରେ ରହିଛି। ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାକୁ ଦୁଷ୍ଟ ଆତ୍ମା, ଈଶ୍ୱରଙ୍କ ଅସନ୍ତୋଷ କିମ୍ବା ଭୌତିକ ପ୍ରଭାବ ବୋଲି ଧରାଯାଏ। ହିନ୍ଦୁଙ୍କ 'କର୍ମଫଳ' ତତ୍ତ୍ୱ ଅନୁଯାୟୀ, ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାକୁ ଜଣେ ପୂର୍ବ ଜନ୍ମରେ କରିଥିବା ପାପର ଫଳ ବୋଲି ବିବେଚନା କରାଯାଏ। ଡ. ଜି.ଏନ୍. କର୍ଣ୍ଣ (୧୯୯୯) ତାଙ୍କର ପୁସ୍ତକ 'ୟୁନାଇଟେଡ୍ ନେସନ୍‌ସ ଆଣ୍ଡ ରାଇଟ୍‌ସ ଅଫ୍ ଦି ଡିସେବ୍‌ଲ୍ଡ୍ ପର୍ସନ୍‌ସ: ଏ ଷ୍ଟଡି ଇନ୍ ଇଣ୍ଡିଆନ୍ ପରସ୍ପେକ୍ଟିଭ୍'ରେ ଏ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରନ୍ତି। ସେ ଆହୁରି ମଧ୍ୟ କୁହନ୍ତି ଯେ ନିରକ୍ଷରତା ଥିବା ଭାରତରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଓ ରୋଗକୁ

ଅନେକ ସମୟରେ ଧାର୍ମିକ ବିଧି ବା ରୀତିନୀତିକୁ ଅମାନ୍ୟ କରିବା ସହ ଯୋଡ଼ାଯାଏ। ଭାରତୀୟ ପୁରାଣଗୁଡ଼ିକରେ ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତା ଥିବା ଚରିତ୍ରମାନଙ୍କର ବିଶଦ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଛି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ରାମାୟଣର ମନ୍ଥରା ଚରିତ୍ରକୁ ପିଠିରେ କୁଜ ଥିବା ଜଣେ ଧୂର୍ତ୍ତ, ଦୁଷ୍ଟ ମହିଳା ରୂପେ ଚିତ୍ରଣ କରାଯାଇଛି। ସେହିପରି ମହାଭାରତର ଧୃତରାଷ୍ଟ୍ରଙ୍କୁ ଦୃଷ୍ଟିଶକ୍ତିହୀନ ଓ ମହାଭାରତ ଯୁଦ୍ଧ ପାଇଁ ଦାୟୀ କରି ଚିତ୍ରଣ କରାଯାଏ। ମହାଭାରତର ଶକୁନି ଚରିତ୍ରର ମଧ୍ୟ ଗୋଟିଏ ଗୋଡ଼ ଛୋଟା ଓ ଏହା ସବୁଠୁ ଅଧିକ କୁଚକ୍ରୀ ଚରିତ୍ର ରୂପେ ପରିଚିତ। ଏହି ମଡେଲ୍‌ରେ, ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତା ସହ ଜନ୍ମ ହୋଇଥିବା ସମସ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ପୂର୍ବ ଜନ୍ମରେ କରିଥିବା ପାପର ପ୍ରାୟଶ୍ଚିତ କରିବା ପାଇଁ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ରୂପରେ ଜନ୍ମ ନେଇଥାନ୍ତି ବୋଲି ବିଶ୍ୱାସ କରାଯାଏ। ଏହି ବିଶ୍ୱାସକୁ ନେଇ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ରାଜସିଂହାସନ କିମ୍ବା କୌଣସି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପଦବୀ ଉତ୍ତରାଧିକାର ସୂତ୍ରରେ ପାଇବାର ସୁଯୋଗ ଦିଆଯାଏନାହିଁ। ଯଦିଓ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଏହି ମଡେଲ୍ ଆଜିକାଲି ଖୁବ୍ କମ୍ ପ୍ରଚଳିତ, ତଥାପି ଅନେକ ସଂସ୍କୃତି ରହିଛି ଯେଉଁଠି ଏବେ ବି ପାପ ଓ ଲଜ୍ଜା ସହିତ ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାକୁ ଯୋଡ଼ାଯାଏ। ଏହି ମଡେଲ୍ ଯୋଗୁ ଅନେକ ସମୟରେ ଅପମାନ ଓ ଲଜ୍ଜା ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ।

ବିଜ୍ଞାନର ଅଗ୍ରଗତି ସହ, ଚିକିତ୍ସକ ଓ ବୈଜ୍ଞାନିକମାନେ ପୁରୋହିତ ଓ ଧାର୍ମିକ ମଡେଲ୍‌ର ଅନ୍ୟ ପ୍ରବକ୍ତାଙ୍କ ସ୍ଥାନ ନେଇ ଗଲେଣି। ଏକ ଉଦ୍ଦାମ, ସକ୍ଷମ ଶରୀର ସହିତ ଚିନ୍ତା କରିପାରୁଥିବା ମନକୁ ସଂଜ୍ଞା ଅନୁଯାୟୀ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ କୁହାଯାଉଛି। ଯେଉଁମାନଙ୍କ ପାଖରେ ଏଥିରୁ କୌଣସି ଗୋଟିଏ ନଥାଏ, ସେମାନେ ସାମାଜିକ ବ୍ୟବସ୍ଥାର ନିମ୍ନ ସ୍ତରରେ ରହିଥାନ୍ତି। ଏହା ହେଉଛି ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାର ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଗତ ମଡେଲ୍। ମାନବିକ ଉତ୍ପାଦନ ଓ କାର୍ଯ୍ୟ ଯେତେବେଳେ ମାନବ ସମାଜର ପ୍ରାଥମିକ ଆବଶ୍ୟକତା ପାଲଟେ, ସେତେବେଳେ ଏପରି ହୋଇଥାଏ। ନିରନ୍ତର ପ୍ରଚେଷ୍ଟା ବଳରେ ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାବିଶିଷ୍ଟ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ସମାଜର ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବ୍ୟକ୍ତିରେ ପରିଣତ କରିବାର ପ୍ରୟାସରେ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଗତ ମଡେଲ୍ ମଙ୍ଗ ଧରିଥାଏ। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ, ଏହା ଏଭଳି ଅନୁଷ୍ଠାନ ଗଢେ ଯେଉଁଠି ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ରଖି ସେମାନଙ୍କର ଯତ୍ନ ଓ ସଂସ୍କାର କରା ଯାଇପାରିବ, ଯେପରିକି ପରିବାର ନିଜର ସାମାଜିକ ଦାୟିତ୍ୱ ନିଭାଇ ପାରିବ। ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଗତ ମଡେଲ୍ ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାକୁ ପାରିପାର୍ଶ୍ୱିକ ପରିବେଶ ଦିଗରୁ ନଦେଖି ଶରୀର ସ୍ତରରୁ ଦେଖିଥାଏ। ଏହି ମଡେଲ୍‌ର ଧାରା ହେଉଛି କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ବାରମ୍ବାର ତାଙ୍କ ଅକ୍ଷମତା ଅନୁଯାୟୀ ଚିହ୍ନିତ କରିବା। ପାରିପାର୍ଶ୍ୱିକ ପରିବେଶରେ ଥିବା ବାହ୍ୟ ପ୍ରତିବନ୍ଧକକୁ ଦୂର ନକରି ଏହା ବ୍ୟକ୍ତିର କାର୍ଯ୍ୟଧାରା ଉପରେ ଚାପ ପକାଏ।

ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଗତ ମଡେଲ୍‌ଠାରୁ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଭିନ୍ନ ଭାବରେ, ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାର ସାମାଜିକ ମଡେଲ୍ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ ସଂଖ୍ୟାଗରିଷ୍ଠଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ରଖି ଗଠିତ ସମାଜ ଦ୍ୱାରା ସୃଷ୍ଟ ବୋଲି ଧରିନିଏ। ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାକୁ ଏକ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସମସ୍ୟା ବା 'ରୋଗ' ବୋଲି ଏହି ମଡେଲ୍ ଦେଖେନାହିଁ। ଏହା ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ ସମାଜ ଭିତରେ ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବେ ଚିହ୍ନଟ କରେ। ସଂଖ୍ୟାଗରିଷ୍ଠଙ୍କଠାରୁ ଅଲଗା ଶରୀର ବିଶିଷ୍ଟ ଲୋକଙ୍କୁ ଅକ୍ଷମ କରି ଦେଉଥିବା ସମାଜରେ ପ୍ରଚଳିତ ସାମାଜିକ, ରାଜନୈତିକ, ମନୋବୈଜ୍ଞାନିକ, ପାରିବେଶିକ ଓ ଅର୍ଥନୀତିକ ପ୍ରତିବନ୍ଧକର ମୁକାବିଲା କରିଥାଏ। ଯଦି ଆମେ ଜଣେ ଦୃଷ୍ଟିବାଧିତ ଲୋକଙ୍କ ଉଦାହରଣ

ନେବା, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଭିତ୍ତିକ ମଡେଲ୍ ଏହାର ସମାଧାନକୁ ଡାକ୍ତରୀ ଉପାୟରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ମାତ୍ରା ଚିହ୍ନଟ କରିବାରେ ସୀମିତ ରଖିବ। ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ସାମାଜିକ ମଡେଲ୍ ବ୍ୟକ୍ତିଜଣକର ପାରିପାର୍ଶ୍ୱିକ ପରିସ୍ଥିତିରେ ଥିବା ପ୍ରତିବନ୍ଧକକୁ ଆକଳନ କରିବ ଓ ଏହାକୁ ଦୂର କରିବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ କରିବ ଯେପରିକି ତାଙ୍କ ଜୀବନ ସୁଗମ ହୋଇପାରିବ। ସାମାଜିକ ମଡେଲ୍‌ର କିଛି ହସ୍ତକ୍ଷେପ ହେଲା ଟାକ୍ଟାଇଲ୍ ପାଥ୍, ବ୍ରେଲ୍ ଓ ସ୍କ୍ରିନ୍ ରିଡିଂ ସଫ୍ଟୱ୍ୟାର୍ ଇତ୍ୟାଦି।

ଆଜିକାଲି, ସାମାଜିକ ମଡେଲ୍ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ରାଜନୈତିକ ଦିଗକୁ ହିସାବକୁ ନେଉଛି। ଏହା ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଅଧିକାର ଭିତିକ ମଡେଲ୍‌କୁ ବିକଶିତ କରିଛି, ଯାହା ନୀତି ଓ ଆଇନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଶାରୀରିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତି(**ପିଡବ୍ଲୁଡି**)ମାନଙ୍କ ଉଦ୍‌ବେଗ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବାରେ ସଫଳ ହୋଇଛି। ଅସ୍ମିତାର ରାଜନୀତିରେ ଜଡ଼ିତ ହୋଇ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର କର୍ମୀମାନେ ଅନ୍ୟ ସାମାଜିକ ଆନ୍ଦୋଳନର ନୀତିଗୁଡ଼ିକୁ ଅବଲମ୍ବନ କରୁଛନ୍ତି।

୨. ପୃଷ୍ଠଭୂମି

ଶାରୀରିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତି(**ପିଡବ୍ଲୁଡି**)ମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍‌ବେଗକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ପ୍ରଦାନର ଧାରା ୭୦ ଦଶକରେ ପ୍ରଥମେ ଦେଖିବାକୁ ମିଳିଥିଲା। ଯଦିଓ ଏହି ସଂଘର୍ଷ କେତେକ ବ୍ୟକ୍ତି ଓ ସରକାରଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଥିଲା, ଏହା ଭାରତରେ **ଡିଆର୍‌ଏମ୍** ବା ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନ ସୂତ୍ରପାତ କରିବାରେ ସକ୍ଷମ ହୋଇଥିଲା। ତେବେ ଏହା କମ୍ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିଥିଲା ଓ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିବାରେ ସକ୍ଷମ ହୋଇ ପାରିନଥିଲା। ବିଶ୍ୱ ସ୍ତରରେ ଦ୍ୱିତୀୟ ବିଶ୍ୱଯୁଦ୍ଧ ପରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଅଧିକାର ସଂପର୍କରେ ଗଭୀର ଆଲୋଚନା ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା। ବିଶ୍ୱାସ କରାଯାଏ ଯେ, ଯୁଦ୍ଧ ଯୋଗୁ ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମ ପାଲଟି ଥିବା ହଜାର ହଜାର ସୈନିକ ଏହାକୁ ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲେ ଏବଂ ରାଜନୈତିକ ସ୍ତରରେ ପରିବାର ସଦସ୍ୟମାନେ ସେମାନଙ୍କ ସହ ସାମିଲ ହୋଇଥିଲେ।

ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତରର ବଡ଼ ଧରଣର **ଡିଆର୍‌ଏମ୍** ବା ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନ ଭାରତରେ ଅଭିଯାନ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ପାଣ୍ଠି ଯୋଗାଇଥିଲା। ଜଣେ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିପାରିବ ଯେ, ୮୦ ଦଶକରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନ ମୁଖ୍ୟତଃ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରକାରର ଅକ୍ଷମତା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ କେନ୍ଦ୍ରୀଭୂତ କରିଥିବା ଏନ୍‌ଜିଓ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ହେଉଥିଲା। ୧୯୮୨-୯୩କୁ ଜାତିସଂଘ 'ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଦଶନ୍ଧି' ରୂପେ ଘୋଷଣା କରିବା ପରେ, ପୁନର୍ବାସ ଉପରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଦୃଷ୍ଟି ବଦଳିଗଲା। ମାନସିକ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଆଇନ-୧୯୮୭ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଲା, ଏହା ମାନସିକ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ କେନ୍ଦ୍ରର ମାନ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଲା। ନବେ ଦଶକରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର କର୍ମୀମାନଙ୍କ ବିକାଶ ଘଟିବା ସହ ଅଭିଯାନ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ହେଲା। ଫଳରେ ଶାରୀରିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଆଇନ ୧୯୯୫ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେଲା, ଯେଉଁଥିରେ ନିରାକରଣ ଓ ଆଶୁ ଚିହ୍ନଟ, ଶିକ୍ଷା, ନିଯୁକ୍ତି, ସକାରାତ୍ମକ ପଦକ୍ଷେପ, ଭେଦଭାବହୀନ ଓ କଟକଣାମୁକ୍ତ ସୁବିଧା, ଗବେଷଣା ଓ ମାନବ ସମ୍ବଳ ବିକାଶ ଏବଂ ଗୁରୁତର ଭାବେ ଶାରୀରିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ ସଂସ୍ଥା ଆଦି ସହ ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟାପକ ପଦକ୍ଷେପର ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଲା। ଏହି ଆଇନ ମଧ୍ୟ ସରକାରୀ ଚାକିରିରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ ୩% ସଂରକ୍ଷଣ ଲାଗି ଆହ୍ୱାନ ଦେଲା।

୧୯୪୧ରୁ ୧୯୭୧ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଜନଗଣନାରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅବସ୍ଥା ପ୍ରତିଫଳିତ ହୋଇନଥିଲା। ୧୯୮୧ ଜନଗଣନାରେ ୩ ପ୍ରକାରର ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ସ୍ଥିତିକୁ ସାମିଲ କରାଯାଇଥିଲା ଯାହାକୁ ୧୯୯୧ରେ ବନ୍ଦ କରି ଦିଆଗଲା। ୨୦୦୧ରେ ଜନଗଣନାର ତଥ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ, ଭାରତର ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ୨.୧% ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଛନ୍ତି। ତେବେ ବିଶେଷଜ୍ଞମାନଙ୍କ ଯୁକ୍ତି ହେଉଛି, ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅବସ୍ଥାର ଏକ ଉପଯୁକ୍ତ ସଂଜ୍ଞାର ଅଭାବ ଯୋଗୁ ଏହା କମ୍ ଦର୍ଶାଯାଇଛି। ବୌଦ୍ଧିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ସମେତ ଅନେକ ବିଭାଗ ଏହି ତାଲିକାରୁ ବାଦ୍ ପଡ଼ିଛି। ୨୦୧୧ରେ, ଏହି ହାର ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ୨.୨୧% ଥିଲା। ଇତିମଧ୍ୟରେ, ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଉପରେ ମିଳିତ ଜାତିସଂଘ ସନନ୍ଦ ୨୦୦୬ ଡିସେମ୍ବର୍ ୧୩ରେ ଗୃହୀତ ହେଲା ଓ ୨୦୦୮ ମେ ୩ରେ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଲା। ଏହି ସନନ୍ଦ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ ତାଲିକାଭୁକ୍ତ କରିବା ସହ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ସହ ସଂପୃକ୍ତ ସବୁ ପ୍ରକାରର ଅଧିକାରକୁ ସ୍ପଷ୍ଟ କଲା। ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ନିଜ ନିଜ ଅଧିକାର ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ଯେଉଁ ଯେଉଁ କ୍ଷେତ୍ରରେ ସଂଶୋଧନର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ତାକୁ ଏହା ଚିହ୍ନିତ କଲା। ଭାରତ ଏହାକୁ ବିନା ସଂଶୋଧନରେ ଗ୍ରହଣ କରିନେଲା ଏବଂ ଏହି ସନନ୍ଦ ଅଧୀନରେ ଭାରତର ଦାୟିତ୍ୱବୋଧକୁ ରୂପ ଦେବା ପାଇଁ ୨୦୧୧ରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଅଧିକାର ବିଲ୍‌ର ଚିଠା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଗଲା। ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଅଧିକାର ବିଲ୍-୨୦୧୪ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ସଂଜ୍ଞାକୁ ୭ରୁ ୨୧ଟି ବିଭାଗକୁ ବଢାଇଲା। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ଏହା ଏକ ଅଧିକାରଭିତ୍ତିକ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣ ଉପସ୍ଥାପିତ କଲା ଏହାର ସଂଜ୍ଞାକୁ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟର ସୀମାରୁ ସାମାଜିକ ପରିସୀମାକୁ ବ୍ୟାପ୍ତ କଲା। ଡିସେମ୍ବର୍ ୩କୁ ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଦିବସ ରୂପେ ଚିହ୍ନିତ କରାଗଲା। ପ୍ରତିବର୍ଷର ନୂଆ ବିଷୟ, ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଜୀବନକୁ ସରସସୁନ୍ଦର କରିବା ଲାଗି ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ପାଦ ଆଗକୁ ବଢିଲା।

ବର୍ଷ	**ଡିସେମ୍ବର୍ ୩ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଦିବସର ବିଷୟ**
୧୯୯୮	କଳା, ସଂସ୍କୃତି ଓ ସ୍ୱାଧୀନ ଜୀବନ
୧୯୯୯	ନୂଆ ସହସ୍ରାବ୍ଦରେ ସମସ୍ତଙ୍କ ପାଇଁ ସୁବିଧା
୨୦୦୦	ସମସ୍ତଙ୍କ ପାଇଁ ସୂଚନା ଜ୍ଞାନକୌଶଳ
୨୦୦୧	ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶଗ୍ରହଣ ଓ ସମାନତା। ଅଗ୍ରଗତି ଅନୁଧ୍ୟାନ ଓ ଫଳାଫଳର ମୂଲ୍ୟାୟନର ନୂତନ ଉପାୟ ପାଇଁ ଆହ୍ୱାନ
୨୦୦୨	ସ୍ୱାଧୀନ ଜୀବନ ଓ ନିରନ୍ତର ଜୀବନଜୀବିକା
୨୦୦୪	**ଆମକୁ ଛାଡ଼ି ଆମ ପାଇଁ କିଛି ନୁହେଁ** –ସମସ୍ତଙ୍କ ସଂପୃକ୍ତି
୨୦୦୫	ମାନବାଧିକାର, ବିକାଶ ଓ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ମଧ୍ୟରେ ପାରସ୍ପରିକ ନିର୍ଭରଶୀଳତା
୨୦୦୬	ସୁଚନା ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ସୁବିଧା
୨୦୦୭	ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ ସମ୍ମାନଜନକ କାର୍ଯ୍ୟ
୨୦୦୮	ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଅଧିକାର ସନନ୍ଦ। ଆମ ସମସ୍ତଙ୍କ ସ୍ୱାଭିମାନ ଓ ନ୍ୟାୟ

୨୦୦୯	ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ସହ ସହସ୍ରାବ୍ଦ ବିକାଶ ଲକ୍ଷ୍ୟ(ଏମ୍‌ଡିଜି)ହାସଲ: ବିଶ୍ୱବ୍ୟାପୀ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତି ଓ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ସଶକ୍ତିକରଣ
୨୦୧୦	ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି ରକ୍ଷା: ୨୦୧୫ ଓ ଆଗକୁ ସହସ୍ରାବ୍ଦ ବିକାଶ ଲକ୍ଷ୍ୟ(ଏମ୍‌ଡିଜି)ରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତକୁ ଆଣିବା
୨୦୧୧	ସମସ୍ତଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ଉନ୍ନତ ବିଶ୍ୱ ଲାଗି ଏକାଠି: ବିକାଶରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କୁ ସାମିଲ
୨୦୧୨	ସମସ୍ତଙ୍କ ପାଇଁ ସର୍ବ-ସଂପୃକ୍ତ ଓ ସୁଗମ ସମାଜ ଗଠନରେ ଥିବା ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଦୂର
୨୦୧୩	ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ହଟାଅ, ଦ୍ୱାର ଖୋଲ: ଗୋଟିଏ ସର୍ବ-ସଂପୃକ୍ତ ସମାଜ ଓ ସମସ୍ତଙ୍କ ବିକାଶ ପାଇଁ
୨୦୧୪	ନିରନ୍ତର ବିକାଶ: ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି
୨୦୧୫	ସର୍ବଜନ ସଂପୃକ୍ତି ଜରୁରୀ: ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ସୁବିଧା ଓ ସଶକ୍ତିକରଣ ପାଇଁ
୨୦୧୬	ଆମର ଇଚ୍ଛିତ ଭବିଷ୍ୟତ ପାଇଁ ୧୭ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ

୫.୩: ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଉପସ୍ଥାପନା

ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଭାବମୂର୍ତ୍ତି ଓ ପରିଚୟ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଭୂମିକା ନେଇଛି। ବେଳେବେଳେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସମାଜର ପ୍ରଚଳିତ ଧାରଣାକୁ ପ୍ରତିଫଳିତ କରିଥାଏ ପୁଣି ଅନ୍ୟ ସମୟରେ ଏହା ଏକ ବିକଳ୍ପ ଦୃଶ୍ୟପଟ୍ଟ ଆଙ୍କିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିଥାଏ। ଆମେ ସମସ୍ତେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭିନ୍ନ ରୂପରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଉପସ୍ଥାପନା ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିଛେ। ଏହି ସେକ୍ସନ୍‌ରେ ଆମେ ସେଥିମଧ୍ୟରୁ କେତେଗୁଡ଼ିଏ ଉପରେ ପୁଣି ନଜର ପକାଇବା ଓ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଓ ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କ ସଂପର୍କରେ ଥିବା ଲୋକପ୍ରିୟ ଧାରଣା ସୃଷ୍ଟିରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ପ୍ରଭାବକୁ ଠାବ କରିବା ପାଇଁ ବିଶେଷ ଉଦ୍ୟମ କରିବା। ଏହି ବିଭାଗରେ ଆମେ ଯେଉଁ ଦୁଇଟି ମୁଖ୍ୟ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଖୋଜିବା ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା – (୧) ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ କିଭଳି ଏବଂ କେଉଁ ଉପାୟରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରାଯାଏ? (୨) ଏହି ଉପସ୍ଥାପନାଗୁଡ଼ିକୁ ପାଠକ/ଦର୍ଶକ କିପରି ବୁଝନ୍ତି?

ପ୍ରାୟ ତିରିଶ ବର୍ଷ ତଳେ, ଅନ୍ୟତମ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର କର୍ମୀ ପଲ୍ ହଣ୍ଟ୍ ୧୯୬୦ରେ ପ୍ରକାଶିତ ବହି 'ଷ୍ଟିଗ୍‌ମା'ର ଏକ ନିବନ୍ଧରେ ଲେଖନ୍ତି, 'ଆମେ ପରିସଂଖ୍ୟାନ, ଘଟଣା, ବିଶ୍ୱ ପାଇଁ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟଜନକ ଭାବେ ସାହସୀ ଉଦାହରଣ, ଦୟାର ଯୋଗ୍ୟ ବସ୍ତୁ ଓ ପାଣ୍ଠି ବଢାଇବା ଆଦିକୁ ନେଇ ବିରକ୍ତ ହୋଇଗଲୁଣି'। ଏହି ବିବୃତ୍ତି ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତାରୁ ମୁକ୍ତି ପାଇବାରେ ଥିବା ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଅର୍ଥାତ୍ ଲୋକସଂସ୍କୃତିରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କର ଗତାନୁଗତିକ ଚିତ୍ରଣକୁ ସୂଚାଇଥାଏ। ୬୦ ଓ ୭୦ ଦଶକରେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ହିନ୍ଦୀ ଫିଲ୍ମ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କୁ ଦୟାର ଯୋଗ୍ୟ ଚରିତ୍ର ରୂପେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହେଉଥିଲା। ହିନ୍ଦୀ ସିନେମାର ସବୁଠୁ ସାଧାରଣ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଚରିତ୍ର ଥିଲା ଦୃଷ୍ଟିହୀନ ଚରିତ୍ର। ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଚରିତ୍ର କେବେ ବି ନାୟକ ହୋଇ ପାରେନାହିଁ। ତାହା ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ ଏକ କ୍ଷୁଦ୍ର ଚରିତ୍ର ଏବଂ ଦୁର୍ଦ୍ଦଶାରେ ଥିବା ଜଣେ ଦରିଦ୍ର ବ୍ୟକ୍ତି ଭାବେ ଚିତ୍ରିତ ହୋଇଥାଏ। ଏହି ଚରିତ୍ରର ସଶକ୍ତିକରଣ ପାଇଁ କୌଣସି ସୁଯୋଗ ନଥାଏ।

ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ବାବଦରେ ସମାଜର ଧାରଣା ଏହିପରି ଥିଲା। ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଉପସ୍ଥାପନାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ୧୦ଟି ଗତାନୁଗତିକ ଢାଞ୍ଚାକୁ ପଲ୍ ହଣ୍ଟ୍ ୧୯୯୧ରେ ଚିହ୍ନଟ କରିଥିଲେ।

କ) ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତି ଦୟାର ଯୋଗ୍ୟ ବା ଦୟନୀୟ ବ୍ୟକ୍ତି, ଖ) ଉତ୍ସୁକତା କିମ୍ବା ହିଂସାର ବସ୍ତୁ, ଗ) ନିଷ୍କ୍ରିୟ ବା ଖଳପ୍ରକୃତିର, ଘ) ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଚଳ, ଙ) ପରିବେଶ ଅନୁଯାୟୀ, ଚ) ଉପହାସର ଯୋଗ୍ୟ, ଛ) ସବୁଠୁ ବଡ଼ ଶତ୍ରୁ, ଜ)ବୋଝ ଭଳି, ଝ) ଯୌନ ଅକ୍ଷମ ଞ) ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନରେ ସାମିଲ ହେବାକୁ ଅକ୍ଷମ।

ପାରମ୍ପରିକ ଗତାନୁଗତିକତାକୁ ହଟାଇବା ପାଇଁ ଉଦ୍ୟମ କରିଥିବା ସ୍ପର୍ଶ ଓ କୋଶିସ୍ ଭଳି ଫିଲ୍ମ ସଂପର୍କରେ ଉଲ୍ଲେଖ ନ କଲେ ଭୁଲ୍ ହେବ। ତେବେ ଏହି ଫିଲ୍ମଗୁଡ଼ିକୁ ସମାନ୍ତରାଳ ସିନେମା ବିଭାଗରେ ବର୍ଗୀକରଣ କରାଗଲା, ଯାହାର ଅଳ୍ପସଂଖ୍ୟକ ଦର୍ଶକ ଥାଆନ୍ତି। ଯଦି ଆମେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନର ଇତିହାସ ସହିତ ମିଶାଇ ଏହି ଦଶନ୍ଧିର ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା ତେବେ ଆମେ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିବା ଯେ, ବାସ୍ତବ ଦୁନିଆରେ ସେହି ସମୟ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଖରାପ ସମୟ ଥିଲା। ବାସ୍ତବ ଦୁନିଆ ପୂର୍ବନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ବିଧିବ୍ୟବସ୍ଥାର ମୁକାବିଲା ନକରି ବାସ୍ତବତାକୁ ପ୍ରତିଫଳିତ କରେ।

ଗତ ଦଶନ୍ଧିରେ, ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ସଶକ୍ତ ଢଙ୍ଗରେ ଚିତ୍ରଣ କରିବାରେ ଭାରତୀୟ ସିନେମା ଶିଳ୍ପ କିଛି ଉଲ୍ଲେଖନୀୟ ଯୋଗଦାନ ଦେଇଛି। ଇକ୍‌ବାଲ୍, ମର୍ଗାରିଟା ୱିଥ୍ ଏ ଷ୍ଟ୍ର ଭଳି ସିନେମା ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କର ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଦକ୍ଷତାର ଜୟଗାନ କରିଥିଲା ଯେତେବେଳେ କି ବ୍ଲାକ୍, ତାରେ ଜମିନ୍ ପର୍, କୋଇ ମିଲ୍‌ଗୟା ଇତ୍ୟାଦି ଫିଲ୍ମ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଅନ୍ୟ ରୂପଗୁଡ଼ିକ ତଥା ସେମାନଙ୍କ ଦୈନନ୍ଦିନ ସଂଘର୍ଷକୁ ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ସଚେତନ ଉଦ୍ୟମ କରିଥିଲା। ଭାରତୀୟ ସିନେମା ଶିଳ୍ପ ଶେଷରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ଏକ ମୁକ୍ତ ଚକ୍ଷୁରେ ଦୃଷ୍ଟି ଦେବାକୁ ନିଷ୍ପତି ନେଲା। ଭାରତୀୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଶିଳ୍ପରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଚିତ୍ରଣରେ ଜଣେ ଦୁଇ ପ୍ରକାରର ଢାଞ୍ଚା ଦେଖିବାକୁ ପାଇବ। ଗୋଟିଏ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଅନ୍ୟଟି ହେଲା ପାଣ୍ଠି ଯୋଗାଡ଼ ପାଇଁ ଦାତବ୍ୟ ସଂସ୍ଥାମାନଙ୍କର ବିଜ୍ଞାପନ। ପ୍ରଥମ ପ୍ରକାରର ବିଜ୍ଞାପନ ବିରଳ ଭାବରେ କିନ୍ତୁ ଦ୍ୱିତୀୟଟି ଅସୁବିଧାଜନକ ପରିବେଶ ଉପରେ ଗୁରୁତ୍ୱ ନ ଦେଇ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ଉପରେ ବିଶେଷ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇଥାଏ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତି ବା ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ସହିତ ସଂପୃକ୍ତ କୌଣସି ବସ୍ତୁର ବିଜ୍ଞାପନ ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ପାରାଅଲିମ୍ପିକ୍‌ସ ଭଳି ଅଭିଯାନ ଛଡ଼ା ଉଭୟ ଛାପା ଓ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ, କୌଣସି ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ବିଜ୍ଞାପନରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ଦେଖିବା ଏବେ ବି ଏକ ବିରଳ ଦୃଶ୍ୟ। ତେବେ ଆଜିକାଲି ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଅଭିଯାନରେ ସାମିଲ କରିବାର ଚିନ୍ତାଧାରା ପ୍ରତି ଅନେକ ବହୁରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ କମ୍ପାନୀ ଆକୃଷ୍ଟ ହେବା ଦେଖାଯାଉଛି। ଏଭଳି ଏକ ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି କେଏଫ୍‌ସିର ନୂଆ ବିଜ୍ଞାପନ ଯାହା ଫ୍ରାଏଡ୍ ଚିକେନ୍ ଉପରେ ଦୁଇ ବନ୍ଧୁଙ୍କ ନିବିଡ଼ ବନ୍ଧୁତା ଦେଖାଏ। ଜଣେ ବନ୍ଧୁ ଶ୍ରବଣ-ବାଧିତ ଏବଂ ଉଭୟେ ସାଙ୍କେତିକ ଭାଷାରେ ଯୋଗାଯୋଗ କରନ୍ତି। ଅନ୍ୟଟି ହେଉଛି ନେସ୍‌କେଫ୍‌ର ଏକ ବିଜ୍ଞାପନ, ଯେଉଁଥିରେ ଜଣେ ଅଧିକ ଖନା ବ୍ୟକ୍ତି କିପରି ଏହାକୁ ନିଜର ସାମର୍ଥ୍ୟରେ ପରିଣତ କରନ୍ତି ତାହା ଦେଖାଯାଇଛି। ଏହି ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ଭିନ୍ନ ଓ ସେଗୁଡ଼ିକ ଏକ ପାର୍ଥକ୍ୟ ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତି।

ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର କର୍ମୀମାନେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନକୁ ଆଗେଇ ନେବା ପାଇଁ ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ବ୍ୟବହାର କରି ଆସିଛନ୍ତି। ସମ୍ବାଦପତ୍ର ଓ ପତ୍ରିକାଗୁଡ଼ିକର ବହୁଳ ପ୍ରସାରଣ ଥାଏ ଓ ସେମାନେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ମାନଙ୍କର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପରେ ଆଲେଖ୍ୟ ଓ ଚର୍ଚ୍ଚା ପାଇଁ ଅଧିକ ସ୍ଥାନ ଦେଇଥାନ୍ତି। ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତି ମାନଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱକୁ ୩ଟି ଗୋଷ୍ଠୀରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇ ପାରିବ:-

୧) ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପ୍ରତି କୌଣସି ନିର୍ଯ୍ୟାତନାର ଖବର ସଂଗ୍ରହ।

୨) ବିଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସଫଳତାର କାହାଣୀ ଉପରେ ଆଲେଖ୍ୟ।

୩) ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଅଧିକାର ଉପରେ ଆଲେଖ୍ୟ ବା ଆଲୋଚନା।

ପ୍ରଥମ ବର୍ଗରେ, ପ୍ରକାଶିତ ଖବର ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉଠାଇ ଏକ ଦୟାଯୋଗ୍ୟ ଛବି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରେ। ସଂଖ୍ୟାଲଘୁଙ୍କ ପ୍ରତି ସଂଖ୍ୟାଗରିଷ୍ଠଙ୍କ ଚିନ୍ତାଧାରା ପ୍ରତିଫଳିତ କରିବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ, ଏହି ବିଭାଗରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ଲଣ୍ଡା କରାଯିବା ବା ସେହିଭଳି କାହାଣୀ ପ୍ରକାଶ ପାଏ।

ଦ୍ୱିତୀୟ ବର୍ଗରେ ଲୋକୋମୋଟର୍ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଥିବା ନୃତ୍ୟଶିଳ୍ପୀ ସୁଧା ଚନ୍ଦ୍ରନ୍ କିମ୍ବା ଦୃଷ୍ଟିହୀନ ଆଇଏଏସ୍ ଅଧିକାରୀ ଅଜିତ କୁମାରଙ୍କ ଖବର ସାମିଲ ଥାଏ। ସମସ୍ତ କର୍ମଚାରୀ କାଲ, ମୁକ ଥିବା ରେସ୍ତୋରାଁ (ଇକୋଜ୍)ଭଳି ସର୍ବ-ସଂପୃକ୍ତିର ନମୁନା କିମ୍ବା ଦୃଷ୍ଟିବାଧିତଙ୍କ ମ୍ୟୁଜିକ୍ ବ୍ୟାଣ୍ଡ୍ ଉଡାନ୍ ହେଉଛି କେତେ ସ୍ୱାଗତଯୋଗ୍ୟ ପରିବର୍ତ୍ତନ। ଏହି କାହାଣୀଗୁଡ଼ିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଦକ୍ଷତାର ଜୟଗାନ କରିଥାଏ ଓ ବୃହତ ଜନସମୁଦାୟର ଧାରଣାକୁ ବଦଳାଇବାରେ ବିଶେଷ ଯୋଗଦାନ ଦେଇଥାଏ।

ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନ ଅଭିଯାନକୁ ଆଗେଇ ନେବା ପାଇଁ ତୃତୀୟ ବର୍ଗଟି ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ ନିୟମିତ ସଂପୃକ୍ତି ଜନମତର ମନ୍ଥନ ଓ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ। ଅଟିଜମ୍ ବା ବୌଦ୍ଧିକ ବିକାଶରେ ବାଧା, ଏଡିଏଚ୍ଡି, ଆସ୍ପରଜର୍ସ ସିଣ୍ଡ୍ରୋମ୍ ଆଦି ସମସ୍ୟା ସଚେତନତା ଲୋଡ଼େ ଏବଂ ସାଧାରଣ ଲୋକେ ପ୍ରାୟ ଜାଣି ନଥିବା ଅନେକ ସମସ୍ୟା ଆଧାରିତ ସ୍ତମ୍ଭ ପ୍ରକାଶ ପାଇଁ ସ୍ଥାନ ଯୋଗାଇ ଦେବାରେ ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମ ପ୍ରଶଂସନୀୟ କାମ କରିଛି। ଏବେ, କୌଣସି ଶିଶୁ ବନ୍ଧୁବର୍ଗ ବା ସାମାଜିକ ସଂପର୍କରୁ ଦୂରେଇ ରହିବାବେଳେ ଅଭିଭାବକମାନେ ତାକୁ ସାମାଜିକ ଭାବେ ଗ୍ରହଣୀୟ ଢଙ୍ଗରେ ଆଚରଣ ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ବାଧ୍ୟ କରନ୍ତି ନାହିଁ। ଶିଶୁଟି ଅଟିଜମ୍ ଆକ୍ରାନ୍ତ ଓ ଯତ୍ନ ସହକାରେ ତା'କୁ ଚଳାଇବା ଆବଶ୍ୟକ ବୋଲି ସେମାନେ ବୁଝନ୍ତି।

ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଅର୍ଥ ଡିଜିଟାଲ୍ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏବଂ ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ସମାଧାନ କରିବାରେ ନିଜର ଭୂମିକା ନିଭାଉଛି ଆମେ ଏହି ସେକ୍ସନ୍‌ରେ ତାହା ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବାକୁ ଯାଉଛେ। ଦୁଇଟି ଢାଞ୍ଚାରୁ ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକାର ପରୀକ୍ଷା କରାଯାଇପାରିବ, ପ୍ରଥମେ ଯେତେବେଳେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଅଧିକାର କର୍ମୀମାନେ ଏହାକୁ ନିଜ ଅଭିଯାନର ପ୍ରଚାର ଓ ଜନସମର୍ଥନ ପାଇବା ପାଇଁ ଏକ ମଞ୍ଚ ରୂପେ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ଓ ଦ୍ୱିତୀୟରେ, ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ସେବା ଯୋଗାଣ ସଂପର୍କରେ ସୂଚନା ଓ ସେବା ପାଇବା ପାଇଁ ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ମାଧ୍ୟମ ପାଲଟିଥାଏ।

ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ମତପ୍ରକାଶର ସ୍ଥାନକୁ ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବୈପ୍ଲବିକ ଭାବରେ ବଦଳାଇ ଦେଇଛି। ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଅଧିକାର ସଂପର୍କିତ ଅଭିଯାନ ଉପରେ ସାମାଜିକ ନେଟ୍‌ୱାର୍କିଂ ସାଇଟ୍ ଗୁଡ଼ିକର ବିସ୍ଫୋରକ ପ୍ରଭାବ ରହିଛି। ସାମାଜିକ ନେଟ୍‌ୱାର୍କିଂ ସାଇଟ୍ ଗୁଡ଼ିକ ମାଧ୍ୟମରେ ବିତରଣ, ଆଲୋଚନା ଓ ବିତର୍କ ଜରିଆରେ ଜନସମର୍ଥନ ଯୋଗାଡ଼ ଓ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସକରାତ୍ମକ ଧାରଣା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ସହଜ ହୋଇଛି। ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମ କର୍ମୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସ୍ୱଳ୍ପ ସମୟସୀମା ଭିତରେ ଓ କମ୍ ଖର୍ଚ୍ଚରେ କୌଣସି ଅଭିଯାନ ଚଳାଇବା ସମ୍ଭବ କରାଇଛି। ଏବେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କ ପାଇଁ, ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଅଧିକାର ପାଇଁ ଅଭିଯାନରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବେ ସଂପୃକ୍ତ ହେବା ଓ ଏପରିକି ଏହାର ନେତୃତ୍ୱ ନେବା ମଧ୍ୟ ସମ୍ଭବ ହୋଇଛି। ଯେ କୌଣସି ପ୍ରକାରର ଉଲ୍ଲଙ୍ଘନ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଜରିଆରେ ସହଜରେ ଲୋକଲୋଚନକୁ ଅଣା ଯାଇ ପାରୁଛି। ସୂଚନାର ପହଞ୍ଚ ବହୁଗୁଣିତ ହୋଇଛି। ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ମଞ୍ଚଗୁଡ଼ିକ ସୂଚନାର ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକରଣ କରିଛନ୍ତି। ସୋସିଆଲ୍ ନେଟ୍‌ୱାର୍କରେ ସାମିଲ ହେବା ଓ ସମାନତାର ଏକ ପୃଥିବୀ ସପକ୍ଷରେ ଯୁକ୍ତି ବାଢ଼ିବାର ବାଟ ରୂପେ ୱେବ୍ ଏକ ଆଦର୍ଶ ମାଧ୍ୟମ ପାଲଟିଛି। ମନୋରଞ୍ଜନ, ନିୟମିତ ସେବା ପ୍ରଦାନ, ଆର୍ଥିକ ପରିଚାଳନା, କିଣାବିକା, ପାଠାଗାର ଇତ୍ୟାଦି ୱେବ୍‌ରେ ଚାଲୁଛି ଓ ଏହା ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସହଜରେ ଉପଲବ୍ଧ ହେଲା।

ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନେ ମଧ୍ୟ ବିଭିନ୍ନ ମଞ୍ଚରେ ଡିଜିଟାଲ୍ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସୁବିଧା ପାଇପାରିଲେ। ଜେଏଡବ୍ଲୁଏସ୍, ଏନ୍‌ଭି ଆକ୍‌ସେସ୍, ଓଆର୍‌ସିଏ ଆଦି ସ୍କ୍ରିନ୍ ରିଡର୍ ସଫ୍ଟ୍‌ୱୟାର୍ ଦୃଷ୍ଟିବାଧିତମାନଙ୍କୁ ବହି ଓ ଅନ୍ୟ ଲିଖିତ ସାମଗ୍ରୀ ପଢ଼ିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କଲା। ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଜରିଆରେ ଅଡିଓ ବୁକ୍ ପାଠାଗାରର ସୁବିଧା ମଧ୍ୟ ପାଇହେଲା। ବିଭିନ୍ନ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀ ଆପ୍ ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କ ଜୀବନକୁ ସରସସୁନ୍ଦର କରିଛି। ଚିନ୍ତାଧାରା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଓ ବଦଳାଇବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଶେଷ ଭୂମିକା ରହିଛି। 'ଭିନ୍ନକ୍ଷମ' ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଛବି ବିଶେଷ କରି ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଛି ବୋଲି କହିବା ଆଦୌ ଅତିରଞ୍ଜିତ ହେବନାହିଁ। ତେଣୁ ଏହାକୁ ଗୁରୁତ୍ୱର ସହ ନେବା ଓ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପରେ ଏକ ବଡ଼ ଦାୟିତ୍ୱ ରହିଛି।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଜଣାଉଥିବା ବାର୍ତ୍ତାକୁ ଲୋକମାନେ କିପରି ପଢନ୍ତି? ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଷୟବସ୍ତୁର ପଠନୀୟତାକୁ କିଏ ଉତ୍ସାହିତ କରେ ତା' ଉପରେ ସମାଜବିଜ୍ଞାନୀମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ୩ଟି ସିଦ୍ଧାନ୍ତ -ସ୍ୱଳ୍ପ ପ୍ରଭାବ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ, ଶ୍ରେଣୀ ପ୍ରଭାବ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ଆଲୋକପାତ କରିପାରିବ। ସ୍ୱଳ୍ପ ପ୍ରଭାବ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ଆସିଲା ଏବଂ ୩୦ ଓ ୪୦ ଦଶକରେ ପରୀକ୍ଷିତ ହେଲା। ସେତେବେଳେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ପ୍ରଭାବ ଆଜିକାଲି ଭଳି ଏତେ ବ୍ୟାପକ ନଥିଲା। ଏହାର ଯୁକ୍ତି ଥିଲା, ଲୋକଙ୍କ ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସାମାନ୍ୟ ପ୍ରଭାବ ଥାଏ କାରଣ ମତ ଓ ମନ୍ତବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଜଣେ ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଯାହା ବିଶ୍ୱାସ କରି ଆସିଛି ତା' ଉପରେ ଆଧାରିତ ହୋଇଥାଏ। ଏହି ସିଦ୍ଧାନ୍ତର ପ୍ରମୁଖ ସମାଲୋଚନା ହେଲା, ଗଣମାଧ୍ୟମ କେବଳ ତଥ୍ୟ ଉପସ୍ଥାପନଠାରୁ ଖୁବ୍ ଆଗକୁ ଗତି କରିଥାଏ। ଏହା ଆଲୋଚନା ଓ ବିତର୍କ ଜରିଆରେ ଜନମତ ସୃଷ୍ଟି କରେ। ଶ୍ରେଣୀ ପ୍ରଭାବ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ଯୁକ୍ତି ଦର୍ଶାଏ ଯେ, ଗଣମାଧ୍ୟମ ହାତଗଣତି ସଂଭ୍ରାନ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ହୁଏ ଯେଉଁମାନେ କି କମ୍ପାନି ସ୍ୱାର୍ଥରକ୍ଷା ପାଇଁ ସୂଚନାରେ ଓଲଟପାଲଟ କରିଥାନ୍ତି। ଅନେକ ଆନ୍ଦୋଳନ ଓ ସାମାଜିକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଲୋକଲୋଚନକୁ ଆସିବାର କଥାଟିକୁ ଅସ୍ୱୀକାର କରି ହେବନାହିଁ।

ସମାଲୋଚକମାନଙ୍କ ଯୁକ୍ତି ହେଲା, ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯଦିଓ କେତେକ ଉଚ୍ଚବର୍ଗୀୟ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ହାତରେ ରହିଛି ତଥାପି ସାମ୍ବାଦିକମାନେ ସମ୍ବାଦର ବିଶ୍ଳେଷଣ କରନ୍ତି ଯେଉଁମାନଙ୍କର ଏକ ନୈତିକତା ରହିଛି। ସାଂସ୍କୃତିକ ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ୯୦ ଦଶକରେ ଆସିଲା, ଯେଉଁ ଦଶନ୍ଧିରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଶୀର୍ଷ ସ୍ଥାନରେ ଥିଲା। ଏହି ସିଦ୍ଧାନ୍ତ ପାଠକ/ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ସୂଚନାର ସକ୍ରିୟ ଗ୍ରାହକ ବିଚାର କରେ। ଏହା ଦାବି କରେ ଯେ, ପାଠକ/ଦର୍ଶକମାନେ ନିଜର ଅନୁଭୂତି ଓ ଜ୍ଞାନକୁ ଆଧାର କରି ଗଣମାଧ୍ୟମ ବିଷୟବସ୍ତୁ ମଧ୍ୟରୁ ଚୟନ କରନ୍ତି ଓ ତାହାର ଅର୍ଥ ବୁଝନ୍ତି। ତେଣୁ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରସ୍ତୁତିବେଳେ ପାଠକ/ଦର୍ଶକମାନଙ୍କର ସଂସ୍କୃତି ଓ ଆସ୍ଥାର ପରିସଂସ୍ଥାକୁ ବିଚାରକୁ ନେବାକୁ ପଡ଼ିବ। ଅକ୍ଷମତାକୁ ନେଇ ସାଧାରଣ ଓ ଆସ୍ଥା ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ଧାରଣା ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କର ସୁସ୍ଥତା ପାଇଁ ଏତେଟା ଉତ୍ସାହଜନକ ନୁହେଁ। ଏଠାରେ, ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା ବିଶେଷ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କାରଣ ଚିନ୍ତାଧାରାରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଉପରେ ଏହାକୁ ଧ୍ୟାନ କେନ୍ଦ୍ରୀଭୂତ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ। ବିଷୟବସ୍ତୁ ସାମାଜିକ ପ୍ରେକ୍ଷାପଟ୍ଟ ପାଇଁ ଆକର୍ଷଣୀୟ ହେବା ଉଚିତ ଓ ଏଥିରେ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ବାର୍ତ୍ତା ରହିବା ଉଚିତ। ଗଣମାଧ୍ୟମ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ସାମିଲ କରାଯିବା ମଧ୍ୟ ଏକ ବିରଳ ଘଟଣା। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ଚିତ୍ରଣ ମୁଖ୍ୟତଃ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଜୀବନ ବଞ୍ଚିବା ସଂପର୍କରେ ଆଦୌ ଅଭିଜ୍ଞତା ନଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ହାତରେ ଥାଏ। ଗତାନୁଗତିକ ଢାଞ୍ଚାକୁ ହଟାଇବା ଓ ସେମାନଙ୍କ ସଶକ୍ତିକରଣ ପାଇଁ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ନିଯୁକ୍ତି ହାର ବଢାଇବା ଆବଶ୍ୟକ। ଗୋଟିଏ ବା ଦୁଇଟି ବିଶେଷ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଜମାଟ ବାନ୍ଧିଥିବା ଧାରଣା ଓ ଗତାନୁଗତିକତାକୁ ନାଟକୀୟ ଭାବରେ ବଦଳାଇ ଦେଇ ପାରିବ ବୋଲି କହୁଥିବା ଗ୍ରୀନ୍‌ବର୍ଗଙ୍କ ଡେଞ୍ଚ୍ ଅଧିନିୟମ ଉପରେ ତୁରନ୍ତ ବିଚାର କରାଯିବା ଉଚିତ। ଏଥିପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ତରଫରୁ ଅତୁଳନୀୟ ସମ୍ବେଦନଶୀଳତା ଓ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରସ୍ତୁତିରେ ବିପୁଳ ସୃଜନଶୀଳତା ପ୍ରଦର୍ଶନର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଛି ଏବଂ ଯଦି ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନେ ସାମିଲ ହୁଅନ୍ତି ତେବେ ଆପେ ପ୍ରକ୍ରିୟାର ସଶକ୍ତିକରଣ ହୋଇଯିବ ଓ ଏହାର ସୁଦୂରପ୍ରସାରୀ ପ୍ରଭାବ ପଡ଼ିବ।

୫.୪: ଗଣମାଧ୍ୟମର ସମ୍ବେଦନଶୀଳତା

ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ବାବଦରେ ଲୋକଙ୍କ ଧାରଣାକୁ ରୂପ ଦେବାରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବୃହତ ଭୂମିକାକୁ ବିଚାର କରି, ଏହା ନିଜର ଭୂମିକାକୁ ଦାୟିତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ଭାବେ ନିଭାଇବା ଉଚିତ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ସହ ଜଡ଼ିତ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କେଉଁ ସବୁ ଦିଗକୁ ଜଗିବା ଉଚିତ ସେ ସଂପର୍କରେ ଆମେ ଏହି ସେକ୍ସନ୍‌ରେ ପଢିବା।

ଶବ୍ଦ ବା ପଦ: ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଶବ୍ଦଗୁଡ଼ିକୁ ଯତ୍ନର ସହ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ। 'ବିକଳାଙ୍ଗ', 'ବିକୃତ' ଭଳି ଶବ୍ଦ ବ୍ୟକ୍ତିର ପରିଚୟକୁ ଅକ୍ଷମତାର ରଙ୍ଗ ଦେଇଥାଏ। ଏଭଳି ଶବ୍ଦଗୁଡ଼ିକ ଅପମାନଜନକ ଏବଂ ସ୍ୱାଭିମାନ ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ ସ୍ଥାନ ଟିକିଏ ବି ଦିଏନାହିଁ। ଯେ କେହି ହୁଅନ୍ତୁ, ଠିକ୍ ଶବ୍ଦ ପ୍ରୟୋଗ ଲାଗି ଯତ୍ନବାନ ହେବା ଉଚିତ। ଶାରୀରିକ ଅକ୍ଷମତା ଉପରେ ଗବେଷଣା ଓ ଆଲୋଚନା ଚାଲୁ ରହିଛି ଓ ଅକ୍ଷମତାର କେତେକ ରୂପ ସୂଚାଇବା ପାଇଁ ବ୍ୟବହୃତ କେତେକ ଶବ୍ଦ ବା ପଦ ବଦଳି ଗଲାଣି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, **ମାନସିକ ଅବସାଦ** ପଦକୁ ଆଉ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉନାହିଁ। ସାଧାରଣତଃ ଏବେ

ବୌଦ୍ଧିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଶବ୍ଦ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉଛି। ଏସବୁ ବିକାଶ ଉପରେ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଧାରଣା ଥିବା ଉଚିତ। ସେହିପରି ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ସମ୍ବୋଧନ କରିବାର ମଧ୍ୟ ଏକ ଶିଷ୍ଟାଚାର ଅଛି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, 'ଜଣେ ସ୍ପାଷ୍ଟିକ୍ ଶିଶୁ' କହିବା ବଦଳରେ 'ସେରେବ୍ରାଲ୍ ପାଲ୍‌ସିରେ ଆକ୍ରାନ୍ତ ଏକ ଶିଶୁ' ବୋଲି କହିବା ଉଚିତ। ଆମେ 'ସ୍ପାଷ୍ଟିକ୍ ଶିଶୁ' କହିବା ମାତ୍ରେ ଏହା ସୂଚାଏ ଯେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ ଛାଡ଼ି ତାଙ୍କର ଆଦୌ ସ୍ଥିତି ନାହିଁ। ଏହି ସୂକ୍ଷ୍ମ ଦିଗଗୁଡ଼ିକ କୌଣସି ବାର୍ତ୍ତା ଜଣାଇବାର ଉପାୟରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିଥାଏ।

ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପଲବ୍ଧ ହେବା: ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରସ୍ତୁତିବେଳେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଜନସମୁଦାୟ କଥା ଚିନ୍ତା କରିବା ଉଚିତ। ଦୁରଦର୍ଶନ ସପ୍ତାହକୁ ଥରେ ସାଇନ୍ ଲାଙ୍ଗୁଏଜ୍ ବା ସାଙ୍କେତିକ ଭାଷାରେ ସମ୍ବାଦ ପ୍ରସାରଣ କରେ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଲୋକଙ୍କ କଥାକୁ ବିଚାରକୁ ନେଇ ଆଜିକାଲି ଟେଲିଭିଜନରେ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ବିଷୟବସ୍ତୁ ଦୃଷ୍ଟିଗୋଚର ହୁଏନାହିଁ। ସେହିପରି, କେତେଟା ବ୍ରେଲ୍ ସମ୍ବାଦପତ୍ର ବା ପତ୍ରିକା ଅଛି ? ନ୍ୟୁ ମିଡିଆ ବା ନୂତନ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଯୁଗରେ, ସ୍ୱଳ୍ପ ବିକଳ୍ପ ଥିବା ସତ୍ତ୍ୱେ, ଦୃଷ୍ଟିବାଧିତମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଅଡିଓ ବୁକ୍ ବା ଶ୍ରାବ୍ୟ ପୁସ୍ତକଗୁଡ଼ିକ ବରଦାନ ରୂପେ ଉଭା ହୋଇଛନ୍ତି। କେତେଟା ଇ-ମାର୍କେଟିଂ ସାଇଟ୍ ଅଡିଓ ବୁକ୍ ବିକ୍ରି କରୁଛନ୍ତି ? କିଣ୍ଡଲ୍ ଭର୍ସନ୍, ମୋଟା ବନ୍ଧେଇ, ପତଳା ବନ୍ଧେଇ ବହି ମିଳି ପାରିବ କିନ୍ତୁ ଅଡିଓ ବୁକ୍ ମିଳିବ ନାହିଁ। ଏହିପରି ହେବାର କାରଣ, ସ୍ୱଳ୍ପସଂଖ୍ୟକ ବହିକୁ ଅଡିଓ ଫର୍ମାଟ୍‌କୁ ଅଣାଯାଇଛି। ପ୍ରଚଳିତ ଫର୍ମାଟ୍‌ଗୁଡ଼ିକ ମାନସିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଶିଶୁମାନଙ୍କ ପାଇଁ କୌଣସି ମତେ ବି ଉପଯୁକ୍ତ ନୁହେଁ।

ଉପସ୍ଥାପନା: ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅନେକ ସମୟରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କୁ ନାୟକ ବା ଖଳନାୟକ ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପନ କରିଥାଏ। ସଫଳତାର କାହାଣୀ ସହ ସଚେତନ ହୋଇ ନିରବଚ୍ଛିନ୍ନ ଭାବେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ସଂପର୍କରେ ସଚେତନା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପାଇଁ ଆଲେଖ୍ୟ ପ୍ରକାଶ କରି ଗଣମାଧ୍ୟମ ସେମାନଙ୍କୁ ସମାଜ ସହ ସମନ୍ୱିତ କରିବା ପ୍ରୟାସ କରିବା ଜରୁରୀ। ଚିନ୍ତାଧାରାରେ ଏକ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆଣିବା ପାଇଁ, ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଉପରେ ଲୋକଙ୍କ ସାଧାରଣ ଧାରଣାକୁ ବଦଳାଇବା ଉପରେ ବିଶେଷ ଧ୍ୟାନ ଦିଆଯିବା ଉଚିତ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କୁ ସମାନ ସୁଯୋଗ ଦେଇ ସେମାନଙ୍କୁ ଏକ ମଞ୍ଚ ଯୋଗାଇ ଦେବା ଲାଗି ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ସଚେତନ ପ୍ରୟାସ କରିବା ଉଚିତ।

ପରବର୍ତ୍ତୀ ସେକ୍ସନ୍‌ରେ ଦୁଇଟି କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନ ରହିଛି। ପ୍ରଥମ କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନଟି, ଗ୍ରାମୀଣ ଭାରତରେ ଅକ୍ଷମତା ବିଷୟରେ ଜଣାଇବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ଏକ ଅନୁଷ୍ଠାନ ସଂପର୍କରେ। ଦ୍ୱିତୀୟ କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନଟି, ସେରେବ୍ରାଲ୍ ପାଲ୍‌ସିକୁ ଚିତ୍ରଣ କରିଥିବା ଏକ ପୁରସ୍କାରପ୍ରାପ୍ତ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ଉପରେ ଆଧାରିତ।

୫.୫: କେତେକ କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନ

କ. କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନ ୧

ଇନ୍‌ଷ୍ଟିଚ୍ୟୁଟ୍ ଅଫ୍ ରୁରାଲ୍ ରିସର୍ଚ୍ଚ ଆଣ୍ଡ ଡେଭଲପ୍‌ମେଣ୍ଟ (ଆଇଆର୍‌ଆର୍‌ଡି) ହରିୟାଣାର ମେୱାଟ୍ ଜିଲ୍ଲାରେ ଏକ ଗୋଷ୍ଠୀ ବେତାର ପ୍ରକଳ୍ପ ଆରମ୍ଭ କଲା। ବେସ୍‌ଲାଇନ୍ ତଥ୍ୟ ଅନୁଯାୟୀ ଗ୍ରାମର ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ପ୍ରାୟ ୧.୫% ଲୋକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ, ସବୁଠୁ ସାଧାରଣ ଅକ୍ଷମତା ହେଉଛି ଶାରୀରିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ବା

ଲୋକୋମୋଟର ଡିସେବିଲିଟି। ଏହି ସଂସ୍ଥା ମୁଖ୍ୟତଃ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଇ ଗ୍ରାମରେ ଗୋଷ୍ଠୀ ବେତାର ଆରମ୍ଭ କରିବାକୁ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଲା। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଉପରେ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି ଓ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ସ୍ୱରକୁ ସାମ୍ନାକୁ ଆଣିବା ଏହି ପ୍ରକଳ୍ପର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଥିଲା। ଦୃଷ୍ଟିହୀନ ଶିବଚରଣ ଜଣେ ଭଲ ଗାୟକ। ଗୋଷ୍ଠୀ ବେତାର ତାଙ୍କର ପ୍ରତିଭାକୁ ଠାବ କଲା ଓ ତାଙ୍କର ୩୦ ମିନିଟ୍‌ର ଏକ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ରେକର୍ଡିଂ କଲା। ଏକ ଦୁର୍ଘଟଣାରେ ନିଜର ଦୁଇ ହାତକୁ ହରାଇଥିବା ୧୦ ବର୍ଷୀୟ ବାଳକ ନାହାର୍‌ଙ୍କୁ ନିଜସ୍ୱ ଅନୁଭୂତି ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ଏକ ମଞ୍ଚ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା। ସେ ନିଜ ରୁଚି, ସ୍ୱପ୍ନ ଓ ସମ୍ଭାବନା ସଂପର୍କରେ କହିଲେ। କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମକୁଗୁଡ଼ିକ ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଖୁବ୍ ଉତ୍ସାହଜନକ ଭାବେ ଆଦୃତ ହେଲା, କଳାକାରମାନେ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସ ପାଇଲେ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମମାନଙ୍କୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତକୁ ଆଣିବାରେ ଗୋଷ୍ଠୀ ବେତାର କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡ଼ିକର ବିଶେଷ ଯୋଗଦାନ ରହିଲା।

ଖ. କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନ ୨

ସେରେବ୍ରାଲ୍ ପାଲ୍‌ସି କର୍ମୀ ଜିଜା ଘୋଷ୍‌ଙ୍କ ଉପରେ ସିନେ-ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ସ୍ୱାତି ଚକ୍ରବର୍ତ୍ତୀ ଏକ ଫିଲ୍ମ ନିର୍ମାଣ କଲେ। ଫିଲ୍ମଟିର ନାଁ 'ଆଇ ଆମ୍ ଜିଜା'। ଏହି ଫିଲ୍ମରେ ସେରେବ୍ରାଲ୍ ପାଲ୍‌ସିରେ ଆକ୍ରାନ୍ତ ଜିଜାଙ୍କ ଜୀବନ ଓ ସମାଜରେ ନିଜ ପାଇଁ ଏକ 'ସାଧାରଣ' ସ୍ଥାନ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଲାଗି ତାଙ୍କୁ କିଭଳି ସଂଘର୍ଷ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥିଲା ତାହା ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହୋଇଛି। ସେ ଇଣ୍ଡିଆନ୍ ଇନ୍‌ଷ୍ଟିଚ୍ୟୁଟ୍ ଅଫ୍ ସେରେବ୍ରାଲ୍ ପାଲ୍‌ସିର ଆଡ୍‌ଭୋକାସୀ ଆଣ୍ଡ ଡିସେବିଲିଟି ଷ୍ଟଡିଜ୍ ବିଭାଗର ମୁଖ୍ୟ ଅଟନ୍ତି। ଏଥିରେ କାହାଣୀ ଜିଜାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବେ ବର୍ଣ୍ଣିତ ହୋଇଛି। ଦର୍ଶକ ଜିଜାଙ୍କ ସ୍ୱର ଶୁଣନ୍ତୁ ବୋଲି ସ୍ୱାତି ଚାହୁଁଥିବାରୁ ସେ ଜୋର୍ କରି ଜିଜାଙ୍କ ସ୍ୱରକୁ ଫିଲ୍ମରେ ଦେଇଥିଲେ। ଏହି ଫିଲ୍ମ ୬୪ତମ ଜାତୀୟ ଫିଲ୍ମ ପୁରସ୍କାର ଉତ୍ସବରେ ଅଣ-ଫିଲ୍ମ ବିଭାଗରେ ସାମାଜିକ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ନେଇ ଶ୍ରେଷ୍ଠ ଫିଲ୍ମ ପୁରସ୍କାର ପାଇଥିଲା।

୫.୬: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପରେ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍‌ଟି ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାର ବିଭିନ୍ନ ନମୁନାର ପରୀକ୍ଷଣ ସହ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା। ଏହାର ପରବର୍ତ୍ତୀ ଅନୁଚ୍ଛେଦଗୁଡ଼ିକରେ ଭାରତରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଅଧିକାର ଆନ୍ଦୋଳନର ଗତି ବର୍ଣ୍ଣିତ ହୋଇଛି। ଏହି ଆନ୍ଦୋଳନ ଆରମ୍ଭ ହେବା ଓ ଆଗେଇବାର ବିଭିନ୍ନ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ଉପରେ ମୋଡ୍ୟୁଲ୍ ଆଲୋକପାତ କରିଛି। ପରବର୍ତ୍ତୀ ସେକ୍ସନ୍‌ରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭିନ୍ନ ରୂପ ମଧ୍ୟରେ ଭାବବିନିମୟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ରହିଛି। ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବାର ବିଭିନ୍ନ ରୂପ ଓ ନୂତନ ଶୈଳୀକୁ ଏହା ପରୀକ୍ଷା କରିଛି। ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ଲୋକମାନେ ବୁଝିବା ପଛର ଉତ୍‌ପ୍ରେରକ ଶକ୍ତି ଉପରେ ମଧ୍ୟ ଏହା ଆଲୋକପାତ କରେ। ଭିନ୍ନକ୍ଷମତା ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ କେତେ ଢଙ୍ଗରେ ସମ୍ବେଦନଶୀଳ ହେବା ଉଚିତ ତା' ଉପରେ ମଧ୍ୟ ଏହା ନଜର ପକାଏ। ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ଦୁଇଟି କେସ୍ ଷ୍ଟଡି/କ୍ଷେତ୍ର ଅନୁଧ୍ୟାନ ଉପସ୍ଥାପନା କରିଛି ଯେଉଁଥିରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଲୋକଙ୍କ କାହାଣୀ କହିବା ପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ପ୍ରଭାବୀ ଢଙ୍ଗରେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଛି।

୫.୭: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧. ଭାରତୀୟ ସଂସ୍କୃତିରେ ଭିନ୍ନକ୍ଷମତାକୁ କିଭଳି ଦେଖାଯାଏ ?

----

୨. ତୁମେ ନିକଟରେ ଦେଖିଥିବା ଶାରୀରିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମ ଚରିତ୍ର ବିଶିଷ୍ଟ ଏକ ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରର ନାଁ ଲେଖ ? ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ପ୍ରତି ଥିବା ତୁମର ଧାରଣା ଉପରେ ଏହା କି ପ୍ରଭାବ ପକାଇଲା ?

----

୩. ଭିନ୍ନକ୍ଷମଙ୍କ ଚରିତ୍ର ଚିତ୍ରଣରେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗତାନୁଗତିକ ଢାଞ୍ଚା ଅନୁସରଣ କରେ କି ?

ୟୁନିଟ୍- ୬: ଗ୍ରାମୀଣତା ଓ ଉପେକ୍ଷା

୬.୦: ବିଷୟର ଗଠନ

୬.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

୬.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

୬.୩: ଗଣମାଧ୍ୟମର ମାଲିକାନା

୬.୪: ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଉପସ୍ଥାପନା

୬.୫: ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୬.୬: ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ

୬.୭: ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବାର ନୂତନ ପ୍ରୟାସ

୬.୮: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

୬.୯: ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୬.୧: ପଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ସମସ୍ୟା ବିଶେଷ କରି ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ନାଗରିକ ଓ ଉପେକ୍ଷିତମାନଙ୍କ ସମସ୍ୟାକୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅଣଦେଖା କରାଯିବା ଓ ଏହା ପଛର ବିଭିନ୍ନ କାରଣ ସଂପର୍କରେ ବୁଝିବା ପାଇଁ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ଆମକୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ନାଗରିକଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଉତ୍ଥାପନ କରିବା କାହିଁକି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ତାହା ବୁଝିବା ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ ଯେହେତୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ହିଁ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଉପେକ୍ଷିତ ଲୋକଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଓ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକୁ ସର୍ବସାଧାରଣ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ର ସାମ୍ନାକୁ ଆଣିବାରେ ପ୍ରମୁଖ ଭୂମିକା ନେଇଥାଏ। ଉପେକ୍ଷିତଙ୍କ ପ୍ରତି ହେଉଥିବା ଅତ୍ୟାଚାର ବିରୋଧରେ ସେମାନେ ଏକ ସତର୍କ ପ୍ରହରୀର ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରନ୍ତି।

୬.୨: ବିଷୟ ପରିଚୟ

ଏଥିରେ କୌଣସି ସନ୍ଦେହ ନାହିଁ ଯେ, ସମ୍ବାଦ ସର୍ବଦା ସହରାଞ୍ଚଳ–କୈନ୍ଦ୍ରିକ ଏବଂ ଏଥିରେ ସାଧାରଣତଃ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ସହ ଜଡ଼ିତ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଓ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ସାଂପ୍ରତିକ ଘଟଣାବଳୀର ବିଶଦ ବର୍ଣ୍ଣନା ନଥାଏ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଲୋକଙ୍କ ସମସ୍ୟାକୁ ଉପେକ୍ଷା ବା ଅଣଦେଖାର କରାଯାଏ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ନାଗରିକଙ୍କ ସ୍ୱର ବିଭିନ୍ନ କାରଣରୁ ମନରେ ପଡେ ନାହିଁ। ଏହା ପଛରେ ପାଠକଙ୍କ ଅନାଗ୍ରହଠାରୁ ନେଇ ମାନ୍ୟତା ହ୍ରାସ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ବିଭିନ୍ନ କାରଣ ରହି ଥାଇପାରେ।

ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷାର ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଇଂରାଜୀ ଗଣମାଧ୍ୟମଠାରୁ ଅଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ। କେବଳ ପ୍ରସାରଣ ସଂଖ୍ୟାକୁ ନେଇ ନୁହେଁ ଏହା ମଧ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟସୂଚୀ ନିର୍ଦ୍ଧାରଣରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ। ମିଥ୍ୟା ସୂଚନା ସମ୍ବଳିତ ଖବରକୁ ମଧ୍ୟ ଫେସ୍‌ଭାଲ୍ୟୁ ବା ଚେହେରାର-ମୂଲ୍ୟକୁ ନେଇ ସତ ବୋଲି ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ।

ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଘଟଣା ବା ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକ ଜାତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୁଏନାହିଁ: ଯଦି ଗୁରୁତର କିମ୍ବା ବଡ଼ ଘଟଣା ହୁଏ ତେବେ ତାହା ଆଞ୍ଚଳିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶ ପାଏ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକ ଖୁବ୍ କମ୍ ପ୍ରକାଶ ପାଏ, ଯେଉଁଠି କି ଛାପା କିମ୍ବା ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପେକ୍ଷିତବର୍ଗଙ୍କ ପ୍ରସଙ୍ଗ ସ୍ଥାନିତ ହେବାର ପ୍ରଶ୍ନ ହିଁ ନଥାଏ।

୬.୩: ଗଣମାଧ୍ୟମର ମାଲିମାନା

ଜାତୀୟ ତଥା ଆଞ୍ଚଳିକ ଛାପା ଓ ବୈଦ୍ୟୁତିକ କ୍ଷେତ୍ରର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥା ମଧ୍ୟରୁ ଅଧିକାଂଶର ମାଲିକ ଓ ପରିଚାଳକ ବୃହତ ବ୍ୟାବସାୟିକ ସଂସ୍ଥା କରିଛନ୍ତି। ସେମାନେ ନିଜସ୍ୱ କାର୍ଯ୍ୟଶୈଳୀରେ ଓ ନିଜ ବ୍ୟବସାୟକୁ ସୁହାଇବା ଭଳି କାମ କରନ୍ତି। ସେମାନେ ମଧ୍ୟ ଅନ୍ୟ ବ୍ୟାବସାୟିକ ଗୋଷ୍ଠୀ ସହିତ ହାତ ମିଳାନ୍ତି ଏବଂ ଅନେକ ସମୟରେ ସେମାନେ କେବଳ ନିଜର ପ୍ରଚାର କରିଥାନ୍ତି। ନକାରାତ୍ମକ ସମୀକ୍ଷା ବା ତଥ୍ୟଭିତ୍ତିକ ରିପୋର୍ଟ ମଧ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରକାଶ ପାଏନାହିଁ। ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ ଅଧିକାଂଶ ବିଜ୍ଞାପନରୁ ଆସୁଥିବା ଅର୍ଥରେ ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାନ୍ତି ଓ ଏହି କାରଣରୁ ଏହି ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକର ହାତ ବନ୍ଧା ହୋଇ ଯାଇଥାଏ ଓ ସେମାନେ ଶିଳ୍ପ ସଂସ୍ଥା ଓ ସେମାନଙ୍କ ଉତ୍ପାଦର ତ୍ରୁଟି ଉପରେ ଖବର ଛାପନ୍ତିନାହିଁ।

୬.୪: ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଉପସ୍ଥାପନା

ଦାରିଦ୍ର୍ୟ, ଭିତ୍ତିଭୂମିର ଅଭାବ, ପୁଷ୍ଟିହୀନତା, ବେକାରୀ ଓ କୃଷି ସଙ୍କଟ ଭଳି ଅନେକ ସମସ୍ୟାରେ ଗ୍ରାମୀଣ ଭାରତ ତ୍ରାହି ତ୍ରାହି ଡାକ ଛାଡୁଛି। ଏହି ସସମ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ଖବର ବିଶ୍ଳେଷଣର ମୂଳପିଣ୍ଡ ସାଜନ୍ତି ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏସବୁର ଅଧିକ ଖବର ଦିଏ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଜନତାଙ୍କ ସ୍ଥିତି ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା ପାଇଁ ଏସବୁ କାରଣ ଉପରେ ନଜର ପକାଯାଏ। ଜୀବନଧାରଣ ମାନ, ଶାରୀରିକ ସୁସ୍ଥତା ଓ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ବାସିନ୍ଦା ବିଶେଷ କରି ଉପେକ୍ଷିତବର୍ଗଙ୍କ ନାଗରିକ ଅଧିକାରକୁ ପରଖିବା ପାଇଁ ଏଗୁଡ଼ିକର ବିଶ୍ଳେଷଣ କରାଯାଇଥାଏ।

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ସାଧାରଣତଃ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ରାଜନୀତିକ ପ୍ରକ୍ରିୟା (ସ୍ଥାନୀୟ ନିର୍ବାଚନ, ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରାର୍ଥୀ ଓ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ କୃଷକ ତଥା ଅନ୍ୟ ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କ ଦୁଃଖ ଦୂର କରିବା ପାଇଁ ସେମାନେ ଉଠାଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଆଦି) ଉପରେ ଖବର ପ୍ରକାଶ କରିଥାଏ କିନ୍ତୁ ପ୍ରକାଶିତ ଖବରଗୁଡ଼ିକ ବାସ୍ତବତାକୁ ପ୍ରତିଫଳିତ କରିନଥାଏ ବା ଏସବୁ ଅଞ୍ଚଳର ଗୁରତର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ଯଥାର୍ଥ ମତ ପ୍ରଦାନ କରିନଥାଏ।

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ, ଜାତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ, ଆଞ୍ଚଳିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଗତ କିଛି ବର୍ଷ ହେଲା ବଜାର, ବଜାରର ଅସ୍ଥିରତା, ବଜାରର ପ୍ରଭାବ (ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଓ ଗ୍ରାମୀଣ ଜନତା ବିଶେଷ କରି ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ଉପରେ ପ୍ରକୃତ ଆର୍ଥିକ ନୀତିର ଅଭାବ ଥିବାବେଳେ)କୁ ଅନାବଶ୍ୟକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇ, ଉଭୟ ଛାପା ଓ ଦୃଶ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବାସ୍ତବତାକୁ ପ୍ରକାଶ କରୁନାହିଁ।

ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଲୋକେ ନିଯୁକ୍ତି ଓ ଜୀବନଜୀବିକାର ଅନ୍ୱେଷଣରେ ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟାରେ ସହରମୁହାଁ ହେଉଛନ୍ତି।

ସେମାନେ ବହୁସଂଖ୍ୟାରେ ସହରାଞ୍ଚଳରେ ବାସ କରୁଛନ୍ତି, କଳକାରଖାନା ବା ଅନ୍ୟ ଭିତ୍ତିଭୂମି ବିକାଶ ପ୍ରକଳ୍ପରେ କାମ କରିବା ପାଇଁ ବେଳେବେଳେ ଗୋଟିଏ ଭୌଗୋଳିକ ଅଞ୍ଚଳରୁ ବହୁସଂଖ୍ୟାରେ ଆସୁଛନ୍ତି।

ନିଯୁକ୍ତି ହରାଇବା ଭଳି ପରିସ୍ଥିତି ସୃଷ୍ଟି କରୁଥିବା ନୀତିର କୁପ୍ରଭାବକୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ମୁଖ୍ୟତଃ ଅଣଦେଖା କରିଥାଏ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଅର୍ଥନୀତିକ ସଙ୍କଟ ଓ ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗର ଅଭାବ ଯୋଗୁ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଲୋକେ ସହରାଭିମୁଖୀ ହେଉଛନ୍ତି।

୨୦୧୧ରେ ବିପୁଲ୍ ମୁଦ୍‌ଗଲ୍‌ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା କରାଯାଇଥିବା ଏକ ସର୍ବେକ୍ଷଣ 'ହିନ୍ଦି ଓ ଇଂରାଜୀ ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଖବର'ରେ ଏହା ଦେଖାଯାଇଛି ଯେ, ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ସମସ୍ୟା ଉପରେ ଖବର ପ୍ରକାଶ ଉଲେଖନୀୟ ନୁହେଁ। ମୁଖ୍ୟତଃ ସହରାଞ୍ଚଳର ଲୋକଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସର୍ବାଧିକ ପ୍ରସାରଣ ଥିବା ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଖବରକୁ ମାତ୍ର ୨% ସ୍ଥାନ ମିଳିଥାଏ। କୃଷକ/ଗ୍ରାମବାସୀ, ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନଧାରା, ପଶୁସଂପଦ ଓ ସମ୍ବଳ ଉପରେ ଆଧାରିତ ଖବରକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଏନାହିଁ, କେବଳ ସେମାନଙ୍କ ସମସ୍ୟା ଓ ଉଦ୍‌ବେଗ ସଂପର୍କିତ ଖବର କାଁ ଭାଁ ପ୍ରକାଶ ପାଏ।

ଉଭୟ ମୁଦ୍ରିତ ଓ ଦୃଶ୍ୟଶ୍ରାବ୍ୟ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରିତ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଖବର ମଧ୍ୟରୁ ଅଧିକାଂଶ କେବଳ ହିଂସା ଓ ଅପରାଧ ବା ସେହିଭଳି ଅନ୍ୟ କାହାଣୀ ହୋଇଥାଏ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳକୁ ନଷ୍ଟ କରୁଥିବା କୃଷି ସଙ୍କଟ, ବେରାଜଗାରୀ ଓ ଅନ୍ୟ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ବିବରଣୀ ପ୍ରକାଶ ପାଏନାହିଁ। ସଂପାଦକୀୟ ବା ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆଲେଖ୍ୟଗୁଡ଼ିକରେ ସରକାରୀ ନୀତିରେ ଥିବା ଅସୁବିଧା ବା ଦୋଷଦୁର୍ବଳତା ଉପରେ କ୍ୱଚିତ ଆଲୋଚନା ହୁଏ। ଏହା ପ୍ରତିଫଳିତ କରେ ଯେ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଅଧିକ ସହରାଞ୍ଚଳ-କୈନ୍ଦ୍ରିକ ଓ ଉପଭୋକ୍ତାବାଦୀ, ଯେଉଁଠି ଦାରିଦ୍ର୍ୟ ଓ ବେରୋଜଗାରୀ ଭଳି ସମସ୍ୟା ତୁଳନାରେ ଜୀବନଶୈଳୀ ସହ ଜଡ଼ିତ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ।

ସାଧାରଣ ଭାବରେ, ଗ୍ରାମ୍ୟ ଜନତାଙ୍କ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ କମ୍ ପ୍ରକାଶିତ ହୁଏ, ଅନ୍ୟତମ ସର୍ବାଧିକ ଅବହେଳିତ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ଆଦିବାସୀମାନେ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ କ୍ୱଚିତ ଉପସ୍ଥାପିତ ହୁଅନ୍ତି। ପାରମ୍ପରିକ ଅଧିବାସୀମାନଙ୍କ ଜୀବନ ଓ ଜୀବନଜୀବିକା ଜଙ୍ଗଲ ଓ ସମ୍ବଳ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ। ଆଦିବାସୀମାନଙ୍କ ଜୀବନ, ପରମ୍ପରା ଓ ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକ ସଂପର୍କରେ କ୍ୱଚିତ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଏ। ଆଦିବାସୀ ଓ ସେମାନଙ୍କ ଜଙ୍ଗଲ ସମ୍ବଳର ଶୋଷଣ ସମ୍ବାଦ ବିବରଣୀର ଅଂଶ ପାଲଟେ ନାହିଁ। ଆଦିବାସୀମାନଙ୍କ ସଂପର୍କିତ ଖବର ମୁଖ୍ୟତଃ ହିଂସା କିମ୍ବା ବାଧକ ଗୋଷ୍ଠୀମାନଙ୍କ ପକ୍ଷରୁ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରାଯାଇଥିବା ପ୍ରତିବାଦ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ବିକାଶର ବାଧକ ସାଜିବାର ଖବର ପ୍ରକାଶ ପାଏ (ଶର୍ମା, ୨୦୧୩), ଯାହା କି ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ନିଜ ଗୋଷ୍ଠୀ ଓ ବ୍ୟାବସାୟିକ ସଂସ୍ଥାର ପକ୍ଷ ନିଏ ତାହା ସ୍ପଷ୍ଟ କରେ, ଅର୍ଥ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଓ କ୍ଷମତା କ୍ଷେତ୍ରରେ ଯାହାର ପ୍ରମୁଖ ଅଂଶ ରହିଥାଏ, ସେମାନେ ବ୍ୟବସାୟିକ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରତି ଅଧିକ ସପକ୍ଷବାଦୀ ସହାନୁଭୂତି ଦେଖାନ୍ତି ଓ ଆଦିବାସୀମାନେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ଶୋଷଣ ଓ କଷଣ ଖବର ପ୍ରକାଶ କରନ୍ତି ନାହିଁ। ହିଂସାତ୍ମକ ଘଟଣାକୁ ଛାଡ଼ି ଆଦିବାସୀମାନଙ୍କ ସଂଘର୍ଷଗୁଡ଼ିକୁ ମଧ ବେଖାତିର କରାଯାଏ ଏବଂ ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ ନାହିଁ।

ଆଦିବାସୀଙ୍କ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ବାଛିବାଛି ରିପୋର୍ଟ କରାଯାଯାଉଥିବାବେଳେ, ଦଳିତଙ୍କ ଖବର ପ୍ରକାଶନ ମଧ୍ୟ ସେତେଟା ଉତ୍ସାହଜନକ ନୁହେଁ। ଜାତିଭିତ୍ତିକ ଅତ୍ୟାଚାର ଓ ତତ୍‌ସଂପର୍କିତ ହିଂସା ଖବରର ଶୀର୍ଷରେ ରହେ, କିନ୍ତୁ କେବଳ ଗଣହିଂସା ଆଡ଼କୁ ମୁହାଁଇଥିବା ବା ଅତ୍ୟନ୍ତ କରୁଣ ଘଟଣାଗୁଡ଼ିକର ଖବର ପ୍ରକାଶ କରାଯାଏ। ଜାତିଭିତ୍ତିକ ହିଂସା ଖବର ମଧ୍ୟ ବାସ୍ତବ ଛବି ପ୍ରଦର୍ଶିତ କରେନାହିଁ। ହିଂସା ଓ ମୃତ୍ୟୁ ଆଦିର ରିପୋର୍ଟ ଛପାଯାଏ। କିନ୍ତୁ ହିଂସା, ଅତ୍ୟାଚାର ପାଇଁ ଦାୟୀ ବ୍ରାହ୍ମଣବାଦୀ ଚିନ୍ତାଧାରା ପଛର କାରଣଗୁଡ଼ିକୁ ଉଠାଯାଏନାହିଁ। ଉଚ୍ଚବର୍ଗର ହିନ୍ଦୁ ଓ ଅତ୍ୟାଚାରିତ ସଂପ୍ରଦାୟଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରତି ସେମାନଙ୍କ ଚିନ୍ତାଧାରା ସଂପର୍କିତ ଜରୁରୀ ପ୍ରଶ୍ନକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ ନାହିଁ। ଜୀବନ ଓ ଜୀବନଜୀବିକାର ସମସ୍ୟା ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ କ୍ୱଚିତ ଆକର୍ଷଣର ବସ୍ତୁ ହୋଇଥାଏ ବା ଆଦୌ ହୋଇ ନଥାଏ।

ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନୂତନ ଜନପ୍ରିୟ ଯୋଜନାର ଶୁଭାରମ୍ଭ ଏବଂ ଉଭୟ ମୁଦ୍ରିତ ତଥା ଦୃଶ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସଂସ୍ଥାର ସଂଖ୍ୟାବୃଦ୍ଧି ସହିତ, ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାମବାସୀ ଓ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ଉପସ୍ଥାପନା ବଢ଼ିଛି ସତ ହେଲେ ଏହା ଏବେ ବି ଅତ୍ୟନ୍ତ ସ୍ୱଳ୍ପ ଓ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ସହରାଞ୍ଚଳକୁ ମିଳୁଥିବା ସ୍ଥାନ ତୁଳନାରେ ଅତ୍ୟନ୍ତ ନିଷ୍ପ୍ରଭ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଓ ଦେଶର ମୋଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ଦୁଇ-ତୃତୀୟାଂଶରୁ ଅଧିକ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳବାସୀଙ୍କୁ ପଙ୍ଗୁ କରି ଦେଉଥିବା ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ତୁଳନାରେ ଜୀବନଶୈଳୀରେ ସମସ୍ୟା, ଏହାର ସମାଧାନ ଓ ବଜାରର ବିଶ୍ଳେଷଣକୁ ପ୍ରାଥମିକତା ଦିଆଯାଏ।

ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଇ ସଂସଦୀୟ ବିତର୍କ ଓ ବିଭିନ୍ନ ରାଜନୈତିକ ଦଳର ମନ୍ତବ୍ୟକୁ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉଲ୍ଲେଖ କରେ କିନ୍ତୁ ସେଥିରେ ସରକାରୀ ନୀତି ଓ ଯୋଜନାଗୁଡ଼ିକର ଗଭୀର ବିଶ୍ଳେଷଣ ନଥାଏ। ନୀତିଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ନୂଆ ଖବର ପ୍ରାୟତଃ ବାହାରେ ନାହିଁ କିନ୍ତୁ ଯୋଜନା ଶୁଭାରମ୍ଭ, ବାସ୍ତବରେ ଏହା ଗ୍ରାମୀଣ ଜନସଂଖ୍ୟାର କେତେ ଭାଗ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚେ ଏବଂ ନୀତି ଓ ଯୋଜନାଗୁଡ଼ିକର କାର୍ଯ୍ୟକାରୀତା ଉପରେ ବିଶ୍ଳେଷଣ ବା ମୂଲ୍ୟାୟନ କାଁ ଭାଁ ପ୍ରକାଶ ପାଏ (ବିପୁଲ୍ ମୁଦ୍‌ଗଲ୍, ୨୦୧୧)।

କୃଷିର ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ଓ ଗ୍ରାମୀଣ ଅର୍ଥନୀତିର ପଛୁଆ ଗତି ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଲୋକମାନଙ୍କର ଦୁର୍ଦ୍ଦଶାର ମୁଖ୍ୟ କାରଣ ରହି ଆସିଛି। ବିଶେଷ କରି ଉପେକ୍ଷିତ ସଂପ୍ରଦାୟ ଏହି ସସସ୍ୟା ଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରଭାବ ବା କୁଫଳ ଭୋଗନ୍ତି।

୬.୫: ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯୋଗାଯୋଗର ଏକ ମାଧ୍ୟମ ହେବା ସହ ନିର୍ବିଘ୍ନରେ ନିଜ ମତ ପ୍ରକାଶ କରିବା ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ଦେବା ଏବଂ ବିଭିନ୍ନ ସୂତ୍ରରୁ ସୁଚନା ପାଇବାର ଏକ ମଞ୍ଚ ପାଲଟିଛି। ଏହା ଏପରି ଏକ ସ୍ଥାନ ଯେଉଁଠି ନୂତନ ଚିନ୍ତାଧାରା ବାଣ୍ଟି ହୁଏ ଏବଂ ବିଭିନ୍ନ କ୍ଷେତ୍ର ଓ ପରିସରର ଲୋକଙ୍କଠାରୁ ସହଜରେ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ସଂଗ୍ରହ କରିହୁଏ।

ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିକାଶ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ବିସ୍ମୃତ ସ୍ୱରକୁ ପୁଣି ସାମ୍‌ନାକୁ ଆଣିଛି ଏବଂ ଚାପି ହୋଇଯାଇଥିବା ଏହି ସ୍ୱରଗୁଡ଼ିକୁ ସାର୍ବଜନୀନ ହେବା ପାଇଁ ଏକ ସୁଯୋଗ ଦେଇଛି। ମୁକ୍ତ ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରଣବିହୀନ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ସୁବିଧା ଗ୍ରାମ୍ୟ ସ୍ୱରକୁ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ପାଖକୁ ନେବାର ଏକ ମଞ୍ଚ ସାଜିଛି, ଯାହା କି ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ବିଶେଷ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରି ପାରୁନଥିଲା।

ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ଅତ୍ୟାଚାର ଓ ଭେଦଭାବ ବିରୋଧରେ ଦୃଢ ସ୍ୱର ଉଠାଇବାରେ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ମାଧ୍ୟମ ପାଲଟିଛି। ଅତୀତରେ, ଉଚ୍ଚ ଜାତିର ହିନ୍ଦୁମାନଙ୍କ ଆଧିପତ୍ୟ ଯୋଗୁ ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀ ଭୋଗୁଥିବା ଅତ୍ୟାଚାର ସଂପର୍କରେ ବାସ୍ତବ ଚିତ୍ର ପ୍ରଦାନ କରୁନଥିଲା। ଜାତି ଭିତ୍ତିକ ହିଂସାକାଣ୍ଡ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ଖବର ଓ ଏହାର ପ୍ରକାଶନକୁ ପାଠ କଲେ ଏହା ସ୍ପଷ୍ଟ ହୁଏ।

ସର୍ବାଧିକ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ ଅନ୍ୟତମ ଆଦିବାସୀମାନଙ୍କ ସହ ଯୋଗାଯୋଗ ଆନୁପାତିକ ଭାବେ କମ୍ ଥିଲେ ମଧ୍ୟ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍‌ଭିତ୍ତିକ ଯୋଗାଯୋଗ ଓ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟବହାର ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱରର ଉତ୍ସ ପାଲଟିଛି। ଆଦିବାସୀ ଯୁବବର୍ଗଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏହି ଉତ୍ସଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟବହାର ବ୍ୟାପକ (ଉତ୍ତରଣ ଦତ୍ତ, ୨୦୦୬)। ଆଦିବାସୀ ସଂପ୍ରଦାୟ ସେମାନଙ୍କର ନିଜସ୍ୱ ଫେସ୍‌ବୁକ୍ ଓ ହ୍ୱାଟ୍‌ସଆପ୍ ଗ୍ରୁପ୍ ତିଆରି କରିଛନ୍ତି, ସେଗୁଡ଼ିକୁ କେବଳ ସୂଚନା ପରିବେଷଣ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉନାହିଁ ବରଂ ଆଦିବାସୀ ଜୀବନ ଓ ସମସାମୟିକ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ବିତର୍କ ଓ ଆଲୋଚନା ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଉଛି। ଇଂଟରନେଟ୍ ଆଧାରିତ ସକ୍ରିୟତା ବୃଦ୍ଧି ଓ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ଆଧିପତ୍ୟସୂଚକ ଚର୍ଚ୍ଚାର ମୁକାବିଲା କଲା ଭଳି ବର୍ଣ୍ଣନା ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ସେଗୁଡ଼ିକୁ କାମରେ ଲଗାଯାଉଛି।

ସ୍ମାର୍ଟ ଫୋନ୍ ଓ ନୂତନ ଜ୍ଞାନକୌଶଳ ସୁଲଭ ଓ ସହଜରେ ଉପଲବ୍ଧ ହେବା ଫଳରେ, ଯୋଗାଯୋଗ ପାଇଁ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଆଧାରିତ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବ୍ୟବହାର ଦ୍ରୁତଗତିରେ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଛି। କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମର ଆୟୋଜନ, ପରିଚାଳନା ଓ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ, ଅତ୍ୟାଚାର ଓ ଅନ୍ୟାୟର ଘଟଣା, ସାମାଜିକ-ରାଜନୈତିକ ପ୍ରସଙ୍ଗ ପ୍ରକାଶ କରିବା ଏବଂ ପ୍ରଥମେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସୂଚନା ଦେଇ ପରେ ଏ ସଂପର୍କରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ଆଦି କାମ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ତୁଳନାତ୍ମକ ଭାବେ ସହଜ ଓ ଦ୍ରୁତ ହୋଇଛି। ନିଜର ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ଓ ପସନ୍ଦ ଲାଗିଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ସେୟାର୍ କରିବା ଏବଂ ନିଜ ରୁଚି ଓ ଅରୁଚି ସଂପର୍କରେ ପ୍ରକାଶ କରିବା ଲାଗି ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନଙ୍କୁ ସୁଯୋଗ ଦେଇଛି। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଷୟବସ୍ତୁ କେବଳ ଫଟୋ, ଭିଡିଓ, ସଙ୍ଗୀତ, ଚିତ୍ର ବା ସ୍ଥାନର ଦୃଶ୍ୟରେ ସୀମିତ ନ ଥାଏ। ସାରା ବିଶ୍ୱର ପାଠକ/ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ନିଜ କଥା କହିବା ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଉଭୟ ସହରୀ ଓ ଗ୍ରାମ୍ୟ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନଙ୍କୁ ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରେ। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଲୋକେ ବିଶେଷ କରି ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗ ମାନେ ଭୋଗୁଥିବା ସମସ୍ୟା ଓ ଅତ୍ୟାଚାର ସଂପର୍କରେ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱ ସାମ୍ନାରେ ପ୍ରକାଶ କରିବା ପାଇଁ ଏହା ସାହାଯ୍ୟ କରିଛି।

୬.୬: ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ

ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ମୁଦ୍ରିତ ଓ ଦୃଶ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସହ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିକାଶ ଛଡ଼ା ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଲୋକ ଓ ବିଶେଷ କରି ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଯୋଗାଯୋଗର ଅନ୍ୟ କେତେକ ରାସ୍ତା ମଧ୍ୟ ରହିଛି। ନାଗରିକମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଆରମ୍ଭ ହୋଇ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ ରୂପେ ପରିଚାଳିତ ହେଉଥିବା ଯୋଗାଯୋଗର ଉପାୟ ବିଭିନ୍ନ ରୂପର ହୋଇପାରେ ଯଥା:- ଗୋଷ୍ଠୀ ବେତାର, ସୂଚନା ଓ ଯୋଗଯୋଗ ଜ୍ଞାନକୌଶଳ

(ଆଇସିଟି) ଇତ୍ୟାଦି। ସୁପରିଚାଳନା ପାଇଁ ବେଳେବେଳେ ଅନ୍ୟ ଉତ୍ସରୁ ପାଣ୍ଠି ଗ୍ରହଣ କରି ଏସବୁ କ୍ଷୁଦ୍ର ସ୍ଥାନୀୟ ଗୋଷ୍ଠୀ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାନ୍ତି। ଭିନ୍ନ ସ୍ୱରକୁ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତରେ ସାମିଲ କରିବା ପାଇଁ, ସ୍ଥାନୀୟ ଭାବରେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସାମାଜିକ ଗୋଷ୍ଠୀ ଭିତରୁ ଓ ବାହାରୁ ମଧ୍ୟ ପାଣ୍ଠି ଯୋଗାଡ଼ କରାଯାଏ। ଉପେକ୍ଷିତବର୍ଗଙ୍କ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ସମର୍ଥନ କରିବା ପାଇଁ କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି, ଗୋଷ୍ଠୀ, ସଂପ୍ରଦାୟ ଓ ସିଭିଲ୍ ସୋସାଇଟି ଅନୁଷ୍ଠାନ ଇତ୍ୟାଦି ଏସବୁର ପରିଚାଳନା କରନ୍ତି।

ଜେଥ୍ରୋ ପେଟିଟ୍ ଓ ଅନ୍ୟମାନେ (୨୦୦୯) ଲକ୍ଷ୍ୟ କରନ୍ତି ଯେ, 'ସଂପୃକ୍ତି, ନାଗରିକତ୍ୱ, ସଶକ୍ତିକରଣ ଓ ସାମାଜିକ ପରିବର୍ତ୍ତନକୁ ସୁଦୃଢ଼ କରିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଅନେକ ସମୟରେ ବିକଳ୍ପ ଉପାୟ ଯଥା:-ନିଜସ୍ୱ ଭିଡିଓ, ଗୋଷ୍ଠୀ ବେତାର, ମଲଟିମିଡିଆ କେନ୍ଦ୍ର, ବିକାଶ-ପାଇଁ-ଥିଏଟର, ସଙ୍ଗୀତ, ପାରମ୍ପରିକ ଓ ଡିଜିଟାଲ ଗଳ୍ପକଥନ, ଇଣ୍ଟରନେଟ୍, ଗୋଷ୍ଠୀ ଟେଲିଭିଜନ, ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ଓ ପ୍ରାଚୀରପତ୍ର ଭଳି ଛାପା ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିବିଧ ରୂପକୁ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ'।

ଉପେକ୍ଷିତବର୍ଗଙ୍କ ଉପସ୍ଥାପନା ପାଇଁ ଗୋଷ୍ଠୀ ପରିଚାଳିତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ବା ଆଦିବାସୀଙ୍କ ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି ଏକ ଉଦାହରଣ। ଏହି ଆଦିବାସୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସ୍ୱଳ୍ପ ସମ୍ବଳରେ ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ଯୋଗାଯୋଗର ଗୁଣ ଓ ଉପାୟ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଏଥିରେ ଅନନ୍ୟତା ଥାଏ। ଏସବୁ ଆଦିବାସୀଙ୍କ ନିଜ ଅଂଚଳରେ ଅବସ୍ଥିତ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସାଂସ୍କୃତିକ ପରିଚୟକୁ ବଜାୟ ରଖିବା ଓ ବେଳେବେଳେ ମିଥ୍ୟା ପ୍ରମାଣିତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗୋଷ୍ଠୀର ଚର୍ଚ୍ଚା ବିରୋଧରେ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଇବାରେ ଏକ ପ୍ରମୁଖ ଭୂମିକା ନେଇଥାନ୍ତି।

ୱିଲ୍‌ସନ୍ ଓ ଷ୍ଟିୱାର୍ଟ (୨୦୦୮) ମତ ଦିଅନ୍ତି ଯେ, ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ସଙ୍ଗେ 'ସ୍ଥାନୀୟ' ଓ 'ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ' ହୋଇଥାଏ। ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏକ ପକ୍ଷରେ 'ଭୌଗୋଳିକ ଭାବେ ବିଚ୍ଛିନ୍ନ, ସ୍ଥାନୀୟ ଉତ୍ପାଦନ କେନ୍ଦ୍ର'ରୁ ସୃଷ୍ଟି ହେଉଥିବାବେଳେ ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ବିଶ୍ୱସ୍ତରୀୟ 'ବର୍ଦ୍ଧିତ ପ୍ରଭାବ ଓ ପହଞ୍ଚ' ସହ ଯୋଡ଼ି ହୋଇଥାଏ। ମାହନ୍ ୨୦୦୦ ଓ ଟ୍ୟୁନର୍ ୧୯୯୦ଙ୍କ ଭଳି ଗବେଷକ, ଆଦିମ ଅଧିବାସୀଙ୍କ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡ଼ିକୁ ସାମ୍ନାକୁ ଆଣିବାରେ ଆଦିବାସୀଙ୍କ ଗଣମାଧ୍ୟମ କିପରି ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ତାହା ଦର୍ଶାନ୍ତି। ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱର ଶୁଣାଯିବାରେ ଓ ସେମାନଙ୍କ ସଂସ୍କୃତି ଓ ଲୋକାଚାର ବିରୋଧରେ ମିଥ୍ୟା ଦାବିକୁ ବିରୋଧ କରିବାରେ ଏହା ସାହାଯ୍ୟ କରିଛି। ନିଜକୁ ସ୍ଥାନୀୟ, ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଓ ବିଶ୍ୱ ସ୍ତରରେ ଉପସ୍ଥାପିତ କରିବାରେ ଏଗୁଡ଼ିକ ସେମାନଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିଛି।ପୂର୍ବୋକ୍ତ ବର୍ଣ୍ଣନା ଅନୁଯାୟୀ, ଆଦିବାସୀମାନେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତର ଗଣମାଧ୍ୟମରେ କ୍ୱଚିତ ସ୍ଥାନ ପାଇଥାନ୍ତି। ସେମାନଙ୍କୁ ବ୍ୟବସ୍ଥିତ ଢଙ୍ଗରେ ଅଣଦେଖା କରାଯାଏ ଏବଂ ମଧ୍ୟବର୍ତ୍ତୀ ସ୍ଥାନରେ ନିରବ କରି ଦିଆଯାଏ ଏବଂ ଆଦିବାସୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଏହି ଫାଙ୍କକୁ ଦୂର କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ। ଭାଷା ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଓ ଆଦିବାସୀଙ୍କ ଶିକ୍ଷାର ଅଭାବ ସେମାନଙ୍କ ବିଷୟରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ମୁଖ୍ୟ ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ପାଲଟିଛି।

ଆଦିବାସୀ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସ୍ଥାନୀୟ ଭାବେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୁଏ ଏବଂ ଆଦିବାସୀମାନେ ଏହାର ଆଲେଖ୍ୟ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ଓ ପ୍ରଯୋଜନାରେ ମୁଖ୍ୟ ଭୂମିକା ନେଇଥାନ୍ତି। କାଳ୍ପନିକ ବର୍ଣ୍ଣନା ଓ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ଚର୍ଚ୍ଚାର ମୁକାବିଲା କରିବାରେ ଏହାକୁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଅସ୍ତ୍ର ରୂପେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇ ପାରିବ।

ଏହି ଗୋଷ୍ଠୀମାନଙ୍କ ଦ୍ଵାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଆବଶ୍ୟକୀୟ, ଭରସାଯୋଗ୍ୟ ହେବା ସହ ସେମାନଙ୍କ ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷାରେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ, ଯାହା କି ଭାଷାର ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଦୂର କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା ସହ ଯୋଗାଯୋଗର ସଫଳ ମାଧ୍ୟମ ହୋଇପାରିବ।

୬.୭: ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳକୁ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେବାର ନୂତନ ପ୍ରୟାସ

ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଓ ବ୍ରଡ୍‌କାଷ୍ଟ୍ ସଂଯୋଗ ବୃଦ୍ଧି ଫଳରେ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଓ ଉପେକ୍ଷିତ ଗୋଷ୍ଠୀଙ୍କ ଉପରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଦୃଷ୍ଟି ଦେଉଥିବା ନୂତନ ବ୍ଲଗ୍ ଓ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍‌ମାନ ଖୋଲିବାରେ ଲାଗିଛି। ଭାରତର ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଦୁର୍ଦ୍ଦଶା ଓ ବିବିଧତାକୁ ପ୍ରାମାଣିକ ଭାବରେ ରଖିବା ପାଇଁ ଏଗୁଡ଼ିକ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଛନ୍ତି। **ଦ ପିପୁଲ୍‌ସ ଆର୍କାଇଭ୍ ଅଫ୍ ରୁରାଲ୍ ଇଣ୍ଡିଆ** ହେଉଛି ଏପରି ଏକ ଉଦାହରଣ ଯେଉଁଠାରେ ଗ୍ରାମୀଣ ଭାରତର ବୃତି, କଳା, ହସ୍ତକଳା, ସଂସ୍କୃତି, ସାହିତ୍ୟ, ଲୋକକଥା, ପରିବହନ ଓ ଅନ୍ୟ କ୍ଷେତ୍ର ଭଳି ଗୁଣାବଳୀର ପ୍ରାମାଣିକ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ ଓ ସଂରକ୍ଷଣ କାର୍ଯ୍ୟ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଛି। ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନରେ ସମସ୍ତ ତଥ୍ୟ (ଡାଟାବେସ୍) ବିଭିନ୍ନ ରୂପ ଯଥା: ପ୍ରକାଶିତ ଖବର, ବିବରଣୀ, ଭିଡିଓ(ଚିତ୍ର) ଓ ଅଡିଓ (ଧ୍ୱନୀ) ରୂପରେ ରଖିବା ପାଇଁ ଏହାକୁ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଇଛି।

ଦଳିତ ଓ ଅନ୍ୟ ସଂଘର୍ଷରତ ଗୋଷ୍ଠୀ ବିରୋଧରେ ବିଭିନ୍ନ ମାମଲା ଓ ଘଟଣାକୁ ପ୍ରକାଶ କରିବା ଓ ଏ ସଂପର୍କିତ ପ୍ରାମାଣିକ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରିବା ପାଇଁ **ପିପୁଲ୍‌ସ ଆର୍କାଇଭ୍ ଅଫ୍ ରୁରାଲ୍ ଇଣ୍ଡିଆ ଛଡ଼ା ଅନେକ** ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍ ଓ ବ୍ଲଗ୍ ଖୋଲା ଯାଇଛି। ଆଦିବାସୀଙ୍କ ଚିନ୍ତାଧାରା ଓ ଜୀବନଧାରାକୁ ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ବିଭିନ୍ନ ରୂପକୁ ବ୍ୟବହାର କରି ଅନେକ ସମ୍ବଳ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ହୋଇଛି।

ଗ୍ରାମୀଣ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ରତା ଓ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉଠାଇବାର ଏକମାତ୍ର ଲକ୍ଷ୍ୟ ନେଇ ଏଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଛି। ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କୁ ଏହା ନିଜେ ଭୋଗିଥିବା ନିର୍ଯ୍ୟାତନା ଓ ଅନୁଭୂତିକୁ ଲିପିବଦ୍ଧ କରି ରଖିବା ପାଇଁ, ସର୍ବସାଧାରଣ ସମ୍ମୁଖକୁ ଆସିବା ପାଇଁ ଓ ସଂଘର୍ଷରତ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ସହ ହାତ ମିଳାଇବା ପାଇଁ ଏକ ସ୍ଥାନ ଯୋଗାଇ ଦେଇଛି। ଏହା ସଫଳତା ଓ କଳାର ବିଭିନ୍ନ ରୂପ, ସଂସ୍କୃତି ଓ ପରମ୍ପରାକୁ ଲିପିବଦ୍ଧ କରିବା ପାଇଁ ସ୍ଥାନ ପ୍ରଦାନ କରିଛି।

୬.୮: ବିଷୟ ସାରାଂଶ

ପାରମ୍ପରିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଯଥା- ମୁଦ୍ରିତ ଓ ଦୃଶ୍ୟ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଓ ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କୁ କିଭଳି ଚିତ୍ରଣ କରାଯାଏ ଏବଂ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଅଭ୍ୟୁଦୟ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ବାସିନ୍ଦା ବିଶେଷ କରି ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗଙ୍କ ପାଇଁ ଉପାଦେୟ ହେଲା ସେ ସଂପର୍କରେ ତୁମେ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍‌ରେ ଦେଖିଛ। ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମର ସୁବିଧା ସେମାନଙ୍କୁ ନିଜର ଅଭିଯୋଗ ଓ ଅନୁଭୂତିକୁ କେବଳ ସ୍ଥାନୀୟ ବା ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ ନୁହେଁ ବରଂ ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ ମଧ୍ୟ ପ୍ରକାଶ କରିବାର ସୁଯୋଗ ଦେଲା। ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ଉପେକ୍ଷିତ ବର୍ଗ କିପରି ନିଜର ସୂଚନା, ସଂସ୍କୃତିକୁ ବାଣ୍ଟିବା ଓ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଅତ୍ୟାଚାର ବିରୋଧରେ ବିପ୍ଳବର ସ୍ୱର ଉଠାଇବା ପାଇଁ ବିକଳ୍ପ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ଅନ୍ୟ ନୂତନ ରୂପ ଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, ତାହା ବୁଝିବା ପାଇଁ ଏହି ମଡ୍ୟୁଲ୍ ମଧ୍ୟ ତୁମକୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ।

୬.୯ : ଆସ ପ୍ରଗତି ମାପିବା

୧. ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର ସମସ୍ୟା ଚିତ୍ରଣରେ ମୁଖ୍ୟସ୍ରୋତ ଭାରତୀୟ ଗଣମାଧ୍ୟମର ଭୂମିକା ଯଥାର୍ଥତା ପ୍ରତିପାଦନ କରୁଛନ୍ତି କି ?

----

୨. ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ଭାବରେ ଉପସ୍ଥାପିତ ହେବାକୁ ଆବଶ୍ୟକତା ଥିବା ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର କିଛି ସମସ୍ୟାକୁ ତୁମେ ଚିହ୍ନିତ କରିପାରିବ କି ?

----

୩. ତୁମ ସମ୍ବାଦପତ୍ରରେ ନିକଟରେ ପ୍ରକାଶିତ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳର କିଛି ପ୍ରସଙ୍ଗ ସଂପର୍କରେ ଉଲ୍ଲେଖ କର । ତୁମେ ସେଥିରେ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ କି ?

----

୪. ଗ୍ରାମ୍ୟ ଜୀବନକୁ ପ୍ରାଧାନ୍ୟ ଦେବା ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମକୁ ଏକ ସଫଳ ମାଧ୍ୟମ ରୂପେ ବ୍ୟବହାର କରି ହେବ କି ?

ଓଡ଼ିଶା ରାଜ୍ୟ ମୁକ୍ତ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟ, ସମ୍ବଲପୁର
Odisha State Open University, Sambalpur
www.osou.ac.in
e-mail: info@osou.ac.in