অধিপরামর্শপত্র

সংবাদ নির্মাণ করে কে?

সংবাদে নারী ও গ্রাম

যথাযথ উপস্থাপনা নিশ্চিত করা যায় কীভাবে?

বিএনপিএস

WACC communication FOR all

গণমাধ্যম পরিবীক্ষণ ও উল্লেখযোগ্য কিছু ফলাফল

'নারী' এবং 'গ্রাম'। জনগোষ্ঠী ও ভৌগোলিক এলাকার এই দুটি গুরুত্বপূর্ণ অংশের নাম আর্থ-সামাজিক ও রাজনৈতিক উন্নয়ন প্রসঙ্গে নিয়মিত উল্লিখিত হয়ে থাকে। সমতা ও অধিকার অর্জনে যেহেতু গণমাধ্যমের ভূমিকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ বলে স্বীকৃত, সেজন্য সম্প্রতি 'সংবাদে নারী ও গ্রাম : যথাযথ উপস্থাপনা নিশ্চিতকরণ'* শীর্ষক একটি পরিবীক্ষণের মাধ্যমে দেখার চেষ্টা করা হয় যে বাংলাদেশের গণমাধ্যমে গ্রামীণ পটভূমিতে নারী কীভাবে উল্লিখিত ও উপস্থাপিত হয়েছে।

পাঁচটি জাতীয় ও পাঁচটি আঞ্চলিক মিলিয়ে মোট দশটি সংবাদপত্র, সরকারি-বেসরকারি মিলিয়ে পাঁচটি টেলিভিশন চ্যানেল এবং একটি বেতার কেন্দ্রের সংবাদ নমুনা পরিবীক্ষণে অন্তর্ভুক্ত হয়। মোট ষোলোজন পরিবীক্ষক ২০১৩ সালের জুলাই ও আগস্ট মাসের দুই সপ্তাহে প্রকাশিত/প্রচারিত নমুনা-সংবাদ পরিবীক্ষণ করেন। পরিবীক্ষণে 'বিশ্ব গণমাধ্যম পরিবীক্ষণ প্রকল্প'-এর দীর্ঘ পরীক্ষিত পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়।

* ড. গীতি আরা নাসরীন পরিচালিত গবেষণার পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদন ইতোমধ্যে বিএনপিএস কর্তৃক প্রকাশিত হয়েছে। মুদ্রিত কপি সংগ্রহের জন্য আগ্রহীদের সংস্থার কেন্দ্রীয় কার্যালয়ের সাথে যোগাযোগ করতে অনুরোধ করা যাচ্ছে। এছাড়াও, প্রকাশনাটির পিডিএফ কপি পাওয়া যাবে সংস্থার নিজস্ব ওয়েবসাইটে।

পরিবীক্ষণে সর্বমোট ৩,৩৬১টি প্রতিবেদন পর্যালোচনা করা হয়। এতে দেখা যায় :

- বাংলাদেশের শহরাঞ্চলের আয়তন মোট আয়তনের মাত্র ৮ শতাংশ হলেও আমাদের প্রধান গণমাধ্যমসমূহের সিংহভাগ খবর এই অংশকে কেন্দ্র করেই আবর্তিত।
- গ্রাম ও প্রত্যন্ত অঞ্চলসমূহের মতো খবরে নারীর উপস্থিতিও প্রান্তিক।
- পরিবীক্ষণকৃত সংবাদের মধ্যে সংবাদপত্রের মাত্র ১১.৬৪ শতাংশ, টেলিভিশনের ৭.২৩ শতাংশ এবং রেডিওর ৫.৩০ শতাংশ প্রতিবেদনের বিষয় ছিল গ্রাম ও প্রত্যন্ত অঞ্চল।
- প্রকাশিত বা প্রচারিত সংবাদের ক্ষেত্রে দেখা যায়, সংবাদপত্রের ১৫.৮ শতাংশ, টেলিভিশনের ১৪ শতাংশ এবং রেডিওর ২০.৪ শতাংশে নারী কোনো ভূমিকা পেয়েছেন।
- সংবাদপত্র নারীকে (২৮.৬%) সরাসরি উদ্ধৃত করে পুরুষের (৫৫.৪%) চেয়ে কমবার, কিন্তু সংবাদে উল্লিখিত নারীর (৬.৬%) ফটোগ্রাফ ব্যবহৃত হয় পুরুষের (৪.৬%) চেয়ে বেশিবার। অর্থাৎ তুলনামূলক বিচারে নারীর ছবি তার বক্তব্যের চেয়ে অধিকতর গুরুত্ব পায় সংবাদপত্রে।
- পরিবীক্ষণকৃত খবরগুলোর মধ্যে ১০ শতাংশও নারীপ্রধান নয়। সর্বোচ্চ সংখ্যক নারীপ্রধান খবর পরিবেশন করে সংবাদপত্র (৭.৭৯%) এবং সর্বনিম্ন সংখ্যক বাংলাদেশ বেতার (১.২৫%)। টেলিভিশনে নারীপ্রধান খবর আসে শতকরা ৪.৮২ ভাগ।
- সিংহভাগ খবরই নারী-পুরুষের বৈষম্যের বিষয়ে আলোকপাত করে না। রেডিওর ক্ষেত্রে ৯৯.০৭ ভাগ, টেলিভিশনের ক্ষেত্রে ৯৮.২৭ ভাগ এবং সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে ৯৯.০৫ ভাগ সংবাদই বৈষম্যের প্রশ্ন তোলে না।
- চতুর্থ বিশ্ব নারী সম্মেলনে গৃহীত কর্মপরিকল্পনা (১৯৯৫) এবং বাংলাদেশের জাতীয় নারী উন্নয়ন নীতিমালা (২০১১)— এই দুই ক্ষেত্রেই গণমাধ্যমে নারীর যথাযথ উপস্থাপনের জন্য গণমাধ্যমকর্মী হিসেবে নারীর সমতামূলক অংশগ্রহণ নিশ্চিত করার কথা বলা হয়েছে। কিন্তু এই পরিবীক্ষণের স্বল্প পরিসরেও সংবাদ নির্মাণে নারীর সমতামূলক উপস্থিতি পরিলক্ষিত হয় নি।
- এছাড়াও, সংবাদে ভূমিকা পেলেও পেশাগতভাবে নারীর পরিচয় খুব কমই উল্লিখিত হয়েছে। গৃহিণী বা ছাত্রী হিসেবেই নারী শনাক্তকৃত হয়েছেন বেশি। পারিবারিক সম্পর্কে তাদের পরিচয় দেওয়ার মাত্রাও বেশি। সমাজের প্রচলিত গৎবাঁধা রূপেই নারীর প্রকাশ ঘটেছে।
- সমাজের বৈষম্যের উল্লেখ যেমন নমুনা সংবাদে পাওয়া যায় নি, তেমনি পাওয়া যায় নি আন্তর্জাতিক বা জাতীয় পথনির্দেশনামূলক কোনো নীতিমালার উল্লেখও।

একচক্ষু গণমাধ্যম নারী ও প্রত্যন্ত অঞ্চলের প্রতি বৈষম্যকে টিকিয়ে রাখে

গ্রামাঞ্চল ও নারীর প্রতি অবহেলা একটি বৈষম্যমূলক সমাজের কাঠামোগত সমস্যা। ভৌগোলিক এবং সামাজিকভাবে প্রান্তিক অঞ্চল এবং জনগোষ্ঠীকে যথাযথ স্থান না দেওয়ার মাধ্যমে গণমাধ্যম গ্রামাঞ্চল ও নারীর প্রতি এই কাঠামোগত অবহেলাকে আরো জোরদার করছে। গণমাধ্যমের যেখানে গণমানুষের কণ্ঠস্বর হয়ে ওঠার কথা, তা না হয়ে গণমাধ্যম যে সমাজের মুষ্টিমেয় ক্ষমতাশালী অংশেরই প্রতিনিধিত্ব করছে, সংবাদের আধেয় বিশ্লেষণের মধ্য দিয়ে এই পরিবীক্ষণে তারই প্রমাণ উঠে এসেছে।

এই পরিবীক্ষণ থেকে মনে হয়, রাজধানী এবং নগরাঞ্চলের বাইরে দেশের আর কোনো অস্তিত্ব গণমাধ্যমের কাছে গুরুত্বপূর্ণ নয়। তেমনি যেভাবেই ওষ্ঠচর্চা করা বা লিপ সার্ভিস দেওয়া হোক না কেন, নারী, বিশেষত প্রান্তিক নারী গণমাধ্যমের চোখে মনুষ্যপদবাচ্য নয়। কণ্ঠস্বরকে ফুটে উঠতে না দেওয়া, জনগোষ্ঠীকে অদৃশ্য করে রাখা শুধু অগণতান্ত্রিকই নয়, এটি অত্যাচারেরই একটি শক্তিশালী রূপ।

গণমাধ্যমের দায়িত্ব হচ্ছে গণমানুষের জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য সরবরাহ করা। এমতাবস্থায় সকল পর্যায়ে নারীর অংশগ্রহণসহ কৃষক-শ্রমিক এবং সমাজের পিছিয়ে পড়া মানুষের অবদান ও চাহিদাসহ গ্রামসংক্রান্ত সংবাদ সর্বাধিক গুরুত্বসহকারে বাংলাদেশের গণমাধ্যমসমূহে প্রকাশিত এবং প্রচারিত হবে এমনটিই হওয়া উচিত।

সমতা ও ন্যায্যতা প্রতিষ্ঠায় গণমাধ্যমের ভূমিকা

গণমাধ্যম আমাদের শিক্ষা, তথ্য এবং বিনোদন প্রদানে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে। পরিবার, বন্ধুবান্ধব, শিক্ষাপ্রতিষ্ঠান, কর্মক্ষেত্র ইত্যাদির মতো গণমাধ্যমও একটি সামাজিকীকরণ প্রতিষ্ঠান। অর্থাৎ গণমাধ্যম

থেকে আমরা শুধু শিক্ষা, তথ্য এবং বিনোদনই পাই না; গণমাধ্যম আমাদের আচার-আচরণ, মূল্যবোধ এবং চিন্তা-ভাবনার ওপর প্রভাব বিস্তার করে। এ কারণেই সমাজে নারীর মর্যাদাপূর্ণ অবস্থান নিশ্চিত করা, সমতা ও ন্যায্যতা প্রতিষ্ঠা, নিপীড়ন ও নির্যাতন বন্ধের জন্য গণমাধ্যমের ভূমিকাকে অত্যন্ত গুরুত্ব দেওয়া হয়ে থাকে।

নারী ও গণমাধ্যম : জাতীয় দিকনির্দেশনা

চতুর্থ বিশ্ব নারী সম্মেলনে গৃহীত কর্মপরিকল্পনা (১৯৯৫) এবং বাংলাদেশের জাতীয় নারী উন্নয়ন নীতিমালা (২০১১)— এই দুই ক্ষেত্রেই গণমাধ্যমে নারীর যথাযথ উপস্থাপন এবং গণমাধ্যমকর্মী হিসেবে নারীর সমতামূলক অংশগ্রহণ নিশ্চিত করার কথা বলা হয়েছে। ইতোমধ্যে এই নীতিমালার আলোকে একটি কর্মপরিকল্পনা প্রণয়ন করে তা বাস্তবায়নের উদ্যোগ গ্রহণ করা হয়েছে। 'জাতীয় নারী উন্নয়ন নীতি'র ৪০তম অনুচ্ছেদে সুস্পষ্টভাবে 'গণমাধ্যম ও নারী'-বিষয়ক অংশে নিম্নলিখিত পদক্ষেপ গ্রহণ করার কথা বলা হয়েছে :

৪০.১ গণমাধ্যমে নারীর সঠিক ভূমিকা প্রচার করা, প্রবেশাধিকার নিশ্চিত করা এবং অংশগ্রহণে বৈষম্য দূর করা, গণমাধ্যমে নারী ও কন্যাশিশুর বিষয়ে ইতিবাচক উদ্যোগ গ্রহণ করা;

৪০.২ নারীর প্রতি অবমাননাকর, নেতিবাচক, সনাতনী প্রতিফলন এবং নারীর বিরুদ্ধে সহিংসতা বন্ধের লক্ষ্যে প্রচারের ব্যবস্থা করা;

৪০.৩ বিভিন্ন গণমাধ্যমের ব্যবস্থাপনা ও আনুষ্ঠানিক প্রশিক্ষণে নারীর জন্য সমান সুযোগ সৃষ্টি করা;

৪০.৪ প্রচারমাধ্যম নীতিমালায় জেন্ডার প্রেক্ষিত সমন্বিত করা।

কিন্তু এই পরিবীক্ষণে স্বল্প পরিসরেও সংবাদ নির্মাণে নারীর সমতামূলক উপস্থিতি পরিলক্ষিত হয় নি।

এই বৈষম্যের চিত্র পরিবর্তনে সাংবাদিকতার শিক্ষক-শিক্ষার্থী, গণমাধ্যমের নীতিনির্ধারক ও কর্মী, সরকার ও সুশীল সমাজ সকলেরই পদক্ষেপ গ্রহণ করা প্রয়োজন।

এ অবস্থা পরিবর্তনের জন্য কী করা যেতে পারে?

গণমাধ্যমকে সত্যিকার অর্থেই জনগণের মাধ্যম করে তোলার জন্য সংশ্লিষ্ট সরকারি প্রতিষ্ঠান, সংবাদমাধ্যম, সাংবাদিকতা শিক্ষা প্রতিষ্ঠান, সংবাদকর্মীদের সংগঠন এবং সচেতন পাঠকদের সমন্বিত প্রচেষ্টা প্রয়োজন।

গণমাধ্যমের জন্য সুস্পষ্ট নীতিমালার প্রয়োজন রয়েছে। একইসাথে, গণমাধ্যমের দায়িত্বশীলতা রক্ষার জন্য জনসচেনতা সৃষ্টি করাও জরুরি। সামাজিক প্রতিষ্ঠান হিসেবে সংবাদমাধ্যমের যেমন সামাজিক দায়িত্ব রয়েছে, তেমনি ব্যবসাপ্রতিষ্ঠান হিসেবে ভোক্তা অধিকার রক্ষাও সংবাদমাধ্যমের দায়িত্ব। এই দায়িত্ব পালনে গণমাধ্যমকে জবাবদিহিতার আওতায় নিয়ে আসা জনসমাজেরও দায়িত্ব।

এ বিষয়ে করণীয় নির্ধারণে আলোচনার সূত্রপাত করতেই উপর্যুক্ত পরিবীক্ষণটি করা হয়েছে। পরিবীক্ষণটির সারাৎসার এখানে তুলে ধরা হয়েছে যেন সচেতন মহলের যৌথ আলোচনা এবং প্রচেষ্টার মাধ্যমে পদক্ষেপ নেওয়া যায়। এই পরিবীক্ষণের আলোকে এবং গণমাধ্যমসংশ্লিষ্ট জেন্ডার-বিষয়ক পাঠ্য-আলোচনা, গবেষণা এবং বিরাজমান সক্রিয়তার ভিত্তিতে সঞ্চিত অভিজ্ঞতা থেকে কিছু প্রস্তাব বিবেচনার জন্য এখানে উপস্থাপন করা হলো—

সংবেদনশীল গণমাধ্যম তৈরির জন্য চাই পরিবীক্ষণ : বিভিন্ন শ্রেণি, লিঙ্গ, বয়স, ভৌগোলিক অবস্থান, ধর্ম, জাতিগত পরিচয়ের মানুষ নিয়ে গঠিত বাংলাদেশের জনগণ। জনগণের এক বিপুল অংশকে (নারী, দরিদ্র, বিভিন্ন প্রান্তিক জনগোষ্ঠী, গ্রামের বাসিন্দা) আমরা সংবাদে অনুপস্থিত দেখি। এই অনুপস্থিতিকে নিরপেক্ষ কিংবা বস্তুনিষ্ঠ বলা যায় না। সংবাদমাধ্যম সুস্পষ্টভাবেই সমাজের অধিকতর সুবিধাপ্রাপ্ত জনগোষ্ঠী ও এলাকার পক্ষ নিচ্ছে। সংবাদমাধ্যমের এই বিচ্যুতিকে তুলে ধরার জন্য চাই নিয়মিত পরিবীক্ষণ। প্রণালিবদ্ধ এবং বিশ্লেষণাত্মকভাবে সংবাদ খুঁটিয়ে দেখাই পরিবীক্ষণ। সংবাদমাধ্যমকে সত্যিকার অর্থেই জনপ্রতিনিধিত্বমূলক করে তুলতে সংবাদ পরিবীক্ষণের উদ্যোগ প্রয়োজন। সে পরিবীক্ষণের ফলাফলের উপর ভিত্তি করে সংবেদনশীল গণমাধ্যম এবং নীতিমালা তৈরিতে অ্যাডভোকেসি চালিয়ে যেতে হবে।

সাংবাদিকতা শিক্ষা প্রতিষ্ঠানের করণীয় : সংবাদমাধ্যমসমূহকে দক্ষতার সঙ্গে সামাজিকভাবে দায়বদ্ধ করে তোলার জন্য সাংবাদিকতা শিক্ষাদানের ক্ষেত্রেও একটি সমন্বিত প্রেক্ষিত যুক্ত করতে হবে। সাংবাদিকতা মতাদর্শ থেকে বিচ্ছিন্ন কোনো কৌশল নয়। সাংবাদিকতার শিক্ষার্থীরা যেন কেবল সমাজের সুবিধাপ্রাপ্ত অংশের দৃষ্টিভঙ্গি প্রতিফলিত না করে প্রকৃতই জনমানুষের কণ্ঠস্বর হয়ে উঠতে পারেন, সে কারণে সাংবাদিকতা শিক্ষার শ্রেণিকক্ষে তাদের সংবাদ পরিবেশনের বর্তমান বিচ্যুতিসমূহ ধরিয়ে দিয়ে তা অতিক্রমের শিক্ষা দিতে হবে।

সাংবাদিকতার শিক্ষক ও শিক্ষার্থীরা গণমাধ্যম-বিষয়ক গবেষণার ফল শুধু একাডেমিয়া এবং সংবাদমাধ্যম নয়, বৃহত্তর জনগোষ্ঠীকে অবগত করবেন।

গণমাধ্যমের করণীয় : গণমাধ্যমসমূহের নিজস্ব গবেষণা সেল থাকা দরকার। গণমাধ্যমে প্রকাশিত-প্রচারিত সংবাদ কতটুকু শ্রোতা-দর্শক-পাঠকের প্রয়োজন মেটাচ্ছে বা সমাজের সকল পর্যায়ের মানুষ, স্থান, লিঙ্গ নির্বিশেষে

তথ্যপ্রদানে সক্ষম হচ্ছে, সে বিষয়ে গবেষণা সেলে কর্মরতগণ ক্রমাগতভাবে গবেষণা করে তার ভিত্তিতে ঘাটতি পূরণের চেষ্টা করবেন।

প্রশিক্ষণ ভালো সাংবাদিক তৈরির অপরিহার্য শর্ত। স্থানীয় সাংবাদিকরা অনেক ক্ষেত্রেই প্রশিক্ষণের সুযোগ লাভ করেন না। অথচ গ্রাম, প্রত্যন্ত এলাকা সম্পর্কে জেন্ডারসংবেদী খবর প্রেরণের দায়িত্ব তাদের হাতেই ন্যস্ত থাকে। গণমাধ্যমসমূহকে সাংবাদিকদের যথাযথ প্রশিক্ষণ প্রদানের দায়িত্ব গ্রহণ করতে হবে। এতে গণমাধ্যমের সার্বিক মানেরই উন্নয়ন ঘটবে।

গণমাধ্যমের একটি জেন্ডারসংবেদী সমন্বিত নীতিমালা থাকবার প্রয়োজনীয়তা নিয়ে দীর্ঘদিন থেকেই আলোচনা হচ্ছে। নানা কারণেই সংবাদমাধ্যমের কর্মীরা নীতিমালা তৈরির পক্ষে নন। তাঁরা মনে করেন, নীতিমালা বস্তুত নিয়ন্ত্রণের একটি হাতিয়ার হিসেবে ব্যবহৃত হবে। কিন্তু নীতিমালা ও নিয়ন্ত্রণ একই ধারণা নয়। নীতিমালা একটি পথনির্দেশনা। সুতরাং, সংবাদমাধ্যমসমূহের নিজেদেরই নীতিমালা তৈরির উদ্যোগ নেওয়া জরুরি।

নীতিমালা ছাড়াও প্রতিটি সংবাদমাধ্যমে নিজস্ব আচরণবিধি থাকা দরকার। বাংলাদেশ প্রেস কাউন্সিল প্রণীত আচরণবিধি (১৯৯৩, ২০০২ সালে সংশোধিত) যদি কোনো মিডিয়া হাউজ গ্রহণ করে থাকে, তবে সে সম্পর্কে তাদের সুস্পষ্ট ঘোষণা থাকা দরকার এবং কর্মরত সাংবাদিকদের তা অবহিত করা প্রয়োজন।

নীতিমালা এবং আচরণবিধিতে সংবাদের আধেয়গত এবং সাংবাদিকদের আচরণগত দুই দিকই উল্লিখিত থাকে। সংবাদ প্রকাশ ও প্রচারের মূলনীতি, ভাষার ব্যবহার, সংবাদের ট্রিটমেন্ট, ভারসাম্য, নৈতিকতা ইত্যাদি আধেয়গত দিক। নিয়োগ, প্রশিক্ষণ, বেতনকাঠামো, অবকাঠামো, যৌন হয়রানি মুক্ত কর্মপরিবেশ ইত্যাদি নীতিমালা ও আচরণবিধির আচরণগত দিক।

আন্তর্জাতিক প্রতিষ্ঠান ইউনেস্কো গণমাধ্যমে নারীর মূলধারাকরণের জন্য বিভিন্ন দেশের গবেষকদের অভিজ্ঞতা ও পরামর্শের ভিত্তিতে গণমাধ্যমের জেন্ডার সংবেদনশীলতার সূচক (Gender Sensitive Indicators for Media) প্রস্তুত করেছে। এই গাইডলাইনটি অনুসরণ করা যেতে পারে। ইউনেস্কো সংবাদমাধ্যমসমূহকে অনুরোধ জানিয়েছে, তারা যেন সংবাদ সংগ্রহে অন্তত শতকরা ৩০ ভাগ নারীকণ্ঠকে সংবাদের সোর্স হিসেবে নেন।

সাংবাদিক ইউনিয়নের জন্য করণীয় : নারী সাংবাদিকদের নিয়োগ, প্রশিক্ষণ, পদায়ন ও নারীবান্ধব পরিবেশের জন্য সাংবাদিক ইউনিয়নসমূহের জোরালো ভূমিকা রাখা প্রয়োজন। একইভাবে স্থানীয় সাংবাদিকদের পেশাগত ও দৃষ্টিভঙ্গিগত মানোন্নয়নেও ইউনিয়নের ভূমিকা থাকা জরুরি।

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার : গণমাধ্যমে অবহেলিত জনগোষ্ঠী ও অঞ্চল যাতে সঠিকভাবে প্রতিবিম্বিত হয়, সেজন্য সরকার কী পদক্ষেপ অবলম্বন করবে, তার মূলসুর বাংলাদেশের সংবিধানেই লিপিবদ্ধ আছে।

বাংলাদেশ বেতার ও টেলিভিশনকে জনস্বার্থে কাজ করতে হবে। কেবল সরকারের মুখপত্র না করে, বাংলাদেশ বেতার ও টেলিভিশনকে জনগণের মুখপত্র করে গড়ে তুলতে হবে।

গণযোগাযোগ ক্ষেত্রের জন্য প্রায় ৫০টি আইনকানুন রয়েছে। এর কিছু কিছু ব্রিটিশ আমলে প্রণীত এবং বর্তমানে সম্পূর্ণ অকার্যকর। গণমাধ্যমের ক্ষেত্র প্রসারিত হওয়ার ফলে এখনো নতুন নতুন আইন প্রণীত হচ্ছে। দীর্ঘদিনের অভিজ্ঞতায় সাংবাদিকতার সঙ্গে সংশ্লিষ্টরা নানা ধরনের আইনকানুনকে সন্দেহের দৃষ্টিতে দেখেন। সুতরাং নিত্যনতুন আইন প্রণয়ন না করে সরকার স্বাধীন গণযোগাযোগ কমিশন গঠন করতে পারে। এই কমিশন সর্বস্তরের সহযোগিতা ও পরামর্শে সমন্বিত ও সংবেদী যোগাযোগ নীতিমালা প্রণয়ন করবে। নীতিমালা অনুসৃত হচ্ছে কি না তার নিয়মিত মনিটরিংও এই স্বাধীন কমিশন দ্বারাই সম্পন্ন হবে।

সুশীল সমাজ, অ্যাকটিভিস্ট, নারী ও মিডিয়া সংগঠন : নীতিমালা তৈরির চেয়েও কঠিন নীতিমালার বাস্তবায়ন এবং প্রচলিত ধারণা বা কাজে পরিবর্তন আনা। সচেতন নাগরিকদের তাই এগিয়ে আসতে হবে। গণমাধ্যমকে স্মরণ করিয়ে দিতে হবে কী তাদের দায়িত্ব, দর্শক-শ্রোতা-পাঠকদের কাছে তাদের জবাবদিহিতার ধরনটি কেমন হওয়া উচিত। নীতিনির্ধারক ও সরকারকে মনে করিয়ে দিতে হবে তাদের অঙ্গীকারসমূহ পালনের কথা।

দর্শক-শ্রোতা-পাঠকের ভোক্তা অধিকার রয়েছে। তাদের ভোক্তা অধিকার থেকেই তারা গণমাধ্যম তাদের প্রয়োজন মেটাচ্ছে কি না, তাদের প্রতিনিধিত্ব করছে কি না, সেই প্রশ্নে সংবাদমাধ্যমসমূহের মনিটরিং করতে পারে। মনিটরিং এক ধরনের গণমাধ্যম-সাক্ষরতা দেয়, যার মধ্য দিয়ে গণমাধ্যমের সঙ্গে একটি জবাবদিহিতার সম্পর্ক গড়ে তোলা যায়।

গণমাধ্যম আমাদের বাস্তব জীবনের অপরিহার্য অংশ। গণমাধ্যমসমূহকে জনসম্পৃক্ত করে তোলার কাজটি আমাদের নিজেদের প্রয়োজনেই করতে হবে।

— গীতি আরা নাসরীন

ওয়ার্ল্ড অ্যাসোসিয়েশন ফর খ্রিষ্টিয়ান কমিউনিকেশনের সহায়তায় বাংলাদেশ নারী প্রগতি সংঘ কর্তৃক ১৩/১৪ বাবর রোড (দ্বিতীয় তলা), ব্লক বি, মোহাম্মদপুর হাউজিং এস্টেট, ঢাকা ১২০৭ থেকে জুন ২০১৪-এ প্রকাশিত ও প্রচারিত
ফোন : ৮১৩০০৮৩, ৮১২৪৮৯৯; ফ্যাক্স : ৯১২০৬৩৩; ই-মেইল : bnps@bangla.net; ওয়েবসাইট : www.bnps.org