

গণমাধ্যম ইকোলজি ও ভাষা

নাদিয়া নন্দিতা ইসলাম*

Abstract: The discussion of media ecology is about the occurrence of human interaction with the media and how this medium of communication affects people's feelings, perceptions and values. Infact, the discussion of media ecology provides an idea of the form and environment of the linguistic coherence of the people in society. McLuhan (2003) discusses the concept of media ecology, "the word 'ecology' implies the study of environments: their structure, content, and impact on people.' He mentioned an example as well: "Television has changed our sense -lives and our mental processes" (p. 439). That is, the technology used in the media affects the thinking process of the people in the society and their lifestyle. In this article, the core concepts surrounding media ecology such as media environment, metaphors the concept of global village, mobility & modality, social impact etc. have been presented as the basic building blocks of media communication.

চাবি শব্দ: গণমাধ্যম ইকোলজি, গণমাধ্যম, ভাষাবোধ, সংজ্ঞাপন, সমাজ ও পরিবেশ।

ভূমিকা

ভাষাবিজ্ঞান জ্ঞানশাখার অন্যতম সাংজ্ঞাপনিক এবং প্রায়োগিক ক্ষেত্র গণমাধ্যম। গণমাধ্যমের ভাষাতে একটি সমাজের সাধারণ মানুষের ভাষা প্রয়োগ, ব্যবহার, সংস্কৃতি, রাজনীতি, ধর্ম, জীবনাচার, আচরণ, সংজ্ঞাপনের (communication) ধরনসহ বিভিন্ন ভাষিক ক্রিয়ার প্রতিচ্ছবি ফুটে ওঠে। গণমাধ্যম ইকোলজি গণমাধ্যমের সাথে সম্পর্কিত ভাষিক উপাদান, প্রযুক্তি, সংজ্ঞাপন বা যোগাযোগ এবং কীভাবে তা মানুষের সমাজ এবং পরিবেশকে প্রভাবিত করে, সে বিষয়টি উপস্থাপন করে। ক্যানাডিয়ান দার্শনিক, হারবার্ট মার্শাল ম্যাকলুহান 1962 সালে প্রথম গণমাধ্যম ইকোলজি সম্পর্কে ধারণা দেন। যোগাযোগের মাধ্যম হিসেবে গণমাধ্যমে ব্যবহৃত প্রযুক্তিএবং ব্যবহারকারীর সম্পর্ক, পাশাপাশি সমাজে সাংস্কৃতিক পরিবেশের যে বৈচিত্র্য তৈরি হয়, তা গণমাধ্যম ইকোলজির আলোচ্য বিষয় হিসেবে বিবেচিত।

* সহকারী অধ্যাপক, ভাষাবিজ্ঞান বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়

গবেষণার উদ্দেশ্য

বর্তমান বিশ্বে নতুন নতুন প্রযুক্তির উদ্ভাবনের ফলে গণমাধ্যমে ব্যবহৃত ভাষা প্রভাবিত হচ্ছে। এর ফলে সমাজের মানুষের মধ্যেও ভাষা ব্যবহারে বৈচিত্র লক্ষ করা যায়। গণমাধ্যম ইকোলজির ভাষাকে কীভাবে প্রভাবিত করে তা নির্ণয় করাই আলোচ্য প্রবন্ধের উদ্দেশ্য।

গবেষণা পদ্ধতি

গণমাধ্যম ইকোলজি একটি নতুন ধারণা। আমাদের জানা মতে, দেশে ভাষাবিজ্ঞানের আলোচনায় এ ধারণা নিয়ে পূর্বে কোনো গবেষণা হয়নি। তাই গবেষণা পদ্ধতি হিসেবে গণমাধ্যম ইকোলজি সংক্রান্ত পূর্ববর্তী বিভিন্ন বিদেশি ভাষার গবেষণা গ্রন্থ এবং পত্রিকা থেকে তথ্য নিয়ে প্রবন্ধটি রচনা করা হয়েছে। গবেষণায় গুণগত পদ্ধতির প্রয়োগের মাধ্যমে গণমাধ্যম ইকোলজির আলোকে ভাষাবোধ ও ব্যবহার বিষয়ে পর্যালোচনা করা হয়েছে।

গণমাধ্যম ইকোলজির প্রেক্ষাপট

গত এক দশক থেকে গণমাধ্যম ইকোলজি গণমাধ্যম বিষয়ক অধ্যয়নে একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হিসেবে উঠে এসেছে। 1964 সালে মার্শাল ম্যাকলুহান গণমাধ্যম ইকোলজির তাত্ত্বিক ধারণা উপস্থাপন করেন। পরবর্তীকালে নেইল পোস্টম্যান, ওয়াল্টার অং, এল ম্যামফোর্ড, জে এলুল, ই হ্যাভলক, জে গুডি, এল এলুল, ই হ্যাভলক, ফেক্ফয়ারি, এইচ. জে. মার্টিন, ই আইজেনস্টাইন, ই কার্পেন্টার এর মতন স্বনামধন্য গবেষকগণ বিষয়টি নিয়ে কাজ করছেন। গণমাধ্যমের ব্যাপক প্রসার এবং প্রচারের প্রেক্ষাপটে, 1998 সালে মিডিয়া ইকোলজি অ্যাসোসিয়েশন (The Media Ecology Association, MEA), ম্যাকলুহানের তত্ত্ব দ্বারা প্রভাবিত হয়ে গণমাধ্যম ইকোলজির বিভিন্ন বিষয়গুলো নিয়ে নতুন ভাবে কাজ শুরু করেন (Lum, 2006; Strate, 2008)।

গণমাধ্যম ইকোলজির ধারণা পোষণকারী প্রথম এবং আধুনিক এই দুই প্রজন্মের চিন্তার ও কাজের সেতুবন্ধন করেন জেমস ডাব্লিউ কেরি তাঁর রচনায়, *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, (1989)। বিংশ শতাব্দীতে গণমাধ্যমের প্রসারের ক্ষেত্রে গণমাধ্যম ইকোলজি শিক্ষা, গবেষণা, ভাষাবিজ্ঞান, সমাজবিজ্ঞান, অর্থনীতি, ইতিহাস প্রভৃতি জ্ঞান শাখার ওপর প্রভাব বিস্তার করেছে।

ভাষাকেন্দ্রিক যোগাযোগ মাধ্যম হিসেবে গণমাধ্যমের ধারণা

গণমাধ্যম হচ্ছে ভাষা এবং প্রযুক্তি নির্ভর যোগাযোগ মাধ্যম। যোগাযোগের এ শাখাটি শিল্প এবং সৃজনশীলতার সাথে সম্পর্কিত। মানুষের সাথে যোগাযোগের উদ্দেশ্যে

ভাষাকে প্রযুক্তির মাধ্যমে ব্যবহার করা হয়। যোগাযোগের প্রধান মাধ্যম হিসেবে ভাষা বা বাচনিক, অবাচনিক এবং চিহ্নের মাধ্যমে উপস্থাপিত হতে পারে। গণমাধ্যমের প্রতিটি শাখায় ভাষিক বৈচিত্র্যপূর্ণ উপস্থাপনা লক্ষ করা যায়, যা প্রযুক্তি ভেদে ভিন্ন হয়ে থাকে। গণমাধ্যমকে প্রধানত মুদ্রিত গণমাধ্যম বা প্রিন্ট মিডিয়া এবং বৈদ্যুতিক বা সম্প্রচার গণমাধ্যম বা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া এই দুই ভাগে বিন্যাস করা যায়। (Lister, Dovey, Giddings, Grant and Kelly, 2003)।

মুদ্রিত মাধ্যমের বিষয় হিসেবে আলোচিত হয়, সংবাদপত্র, সাময়িকী, ব্রোশিওর, খবর, প্যাস্পলেট, নিউজলেটার, লিফলেট, বই, প্রকাশনা প্রভৃতি। বৈদ্যুতিক বা সম্প্রচার গণমাধ্যম বা ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার অন্তর্গত হলো টেলিভিশন, চলচ্চিত্র, রেডিও বা বেতার, সিডি, ডিভিডি প্রভৃতি। বিলবোর্ড, সাইন, প্লাকার্ড এবং জনসভা ও বিশেষ ঘটনায় সমবেত ব্যক্তিদের উপস্থিতিতে আয়োজিত অনুষ্ঠানও গণমাধ্যমের একটি ধারা। গণমাধ্যমের এ ধারাগুলোর ভাষিক উপাদান হিসেবে বাচনিক, অবাচনিক ও চিত্রের উপস্থিতি লক্ষ করা যায়। সমাজের দ্বারা যেমন এ মাধ্যমগুলোর ভাষা প্রভাবিত হয় তেমনি এ মাধ্যমগুলো দ্বারাও মানুষের ভাষাবোধ ও প্রয়োগ প্রভাবিত হয়ে থাকে।

নতুন যুগের গণমাধ্যম (new age media) হিসেবে আখ্যায়িত করা হয় মোবাইল, স্মার্টফোন, কম্পিউটার এবং ইন্টারনেট-কে। ইন্টারনেটের মাধ্যমে ই-মেইল, ওয়েবসাইট, ব্লগিং এবং টেলিভিশনের প্রচারকার্য পরিচালনা করা যায় (Manohar, 2011)। এছাড়াও গণমাধ্যম হিসেবে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম (social media) বর্তমানে সবচেয়ে বেশি জনপ্রিয় যোগাযোগ মাধ্যম হিসেবে তরুণদের কাছে অধিক সমাদৃত। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারকারীর ভাষাতেও স্বতন্ত্রতা দেখতে পাওয়া যায়। মুখের ভাষাকে সরাসরি লেখনীর ভাষায় ব্যবহার করা হয়। মান বাংলার পাশাপাশি মৌখিক বাংলা এবং আঞ্চলিক ভাষাও প্রাধান্য পায়।

গণমাধ্যম মানুষের সাথে যোগাযোগ স্থাপনে বিভিন্ন মাধ্যমের রেডিও, টেলিভিশন, ক্যামেরা, ফোন, স্মার্ট ফোন, ইন্টারনেট প্রভৃতির আশ্রয় নেয়। যত দিন যাচ্ছে আধুনিক প্রযুক্তির উদ্ভাবনে আরও বেশি মানুষ গণমাধ্যমের বৈচিত্র্যময় ধারা দ্বারা প্রভাবিত হচ্ছে। মানুষ নতুন নতুন বিষয় আয়ত্ত করছেন এবং সমাজ ও সংস্কৃতিতে তার প্রভাব লক্ষ করা যাচ্ছে। এতে মানুষের শব্দভাণ্ডারে যেমন নতুন শব্দের যোগ ঘটছে তেমনি বহু ঐতিহ্যবাহী শব্দ বিলুপ্ত হচ্ছে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, আগে ব্যক্তিগত প্রয়োজন ও যোগাযোগের ক্ষেত্রে চিঠিপত্র আদানপ্রদান খুবই নিয়মিত বিষয় ছিল। বর্তমানে ইমেইল, চ্যাটিং, মেসেজের মাধ্যমে ভাষিক বার্তা আদানপ্রদান করা হয়ে থাকে। পূর্বে ব্যক্তিগত চিঠিতে সম্বোধন করার প্রচলিত রীতি হিসেবে ‘প্রিয়, সুপ্রিয়, আপনার স্নেহধন্য, পরম পূজনীয়’ জাতীয় শব্দের প্রয়োগ হতো। বর্তমানে চ্যাটিং বা মেসেজের যুগে এসে ইংরেজি শব্দ, ‘Hello, Hey’ শব্দগুলোর প্রয়োগ বেশি মাত্রায় হয়ে থাকে।

যুগের পরিবর্তনের সাথে সাথে মানুষের চিন্তাধারারও পরিবর্তন সাধিত হয়। এক্ষেত্রে গণমাধ্যম যেমন সমাজকে প্রভাবিত করে, তেমনি প্রযুক্তির আধুনিকায়নের ফলে গণমাধ্যমের কার্যকলাপও প্রভাবিত হয়। এক্ষেত্রে চারটি বিষয়কে চিহ্নিত করা যায়, যথা: নতুন প্রযুক্তি, নতুন শ্রোতা, নতুন কর্তৃপক্ষ, নতুন বক্তব্য। উদাহরণ হিসেবে বলা যেতে পারে, বর্তমানে ইন্টারনেটের কল্যাণে খুব সহজেই বাসায় বসে নিজে নিজেই (do-it-yourself education, DIY) কোনো একটি বিষয় (online course) সম্পর্কে ডিগ্রি নেয়া সম্ভব। ঐতিহ্যবাহী স্থান-ভিত্তিক শিক্ষার পরিপূরক হিসেবে বহু শিক্ষা প্রতিষ্ঠান তাদের কার্যক্রম ইন্টারনেট এর মাধ্যমে শুরু করেছে। এর ফলে পৃথিবীর যেকোনো স্থান থেকে একজন শিক্ষার্থীর জ্ঞান আহরণ আরও সহজ হয়ে উঠেছে। এক্ষেত্রে গণমাধ্যম ইকোলজি বিশ্লেষণের মাধ্যমে সমাজে নতুন প্রযুক্তির প্রভাব আরও ভালভাবে বোঝা যাবে (Soukup, 2017)। বর্তমান করোনা (pandemic corona) সময়ে শিক্ষার্থীগণ তাঁদের শিক্ষালয়ে যেতে অপারগ হওয়ায়, বিশ্বের প্রায় প্রতিটি শিক্ষা প্রতিষ্ঠানের শিক্ষকগণ ইন্টারনেট এর বদৌলতে অনলাইন ক্লাসের (online class) কার্যক্রম চালিয়ে যাচ্ছেন। উদাহরণস্বরূপ- এক্ষেত্রে আমাদের দেশের প্রক্ষাপটে ভাষিক উপস্থাপনার বেশ কয়েকটি উপাদানগত পার্থক্য দেখা যাচ্ছে। পূর্বে একটি শ্রেণিকক্ষে একজন শিক্ষক এবং শিক্ষার্থীরা সরাসরি ক্লাসে উপস্থিত হয়ে যে জাতীয় শিষ্টাচারমূলক আচরণ পালন করতেন, বর্তমান করোনাকালে সেই অবাচনিক ভাষিক উপাদানের ভিন্নতা নজরে আসছে। শিক্ষক শ্রেণিকক্ষে প্রবেশ করলে শিক্ষার্থীগণ উঠে দাঁড়িয়ে সম্মান জানাতেন এখন তা সম্ভব নয়। ভাষা ব্যবহারের ক্ষেত্রে সাধারণ পাঠের পাশাপাশি নতুন নতুন শব্দ যোগ, সৃষ্টি এবং ব্যবহার করা হচ্ছে, যথা- ‘অনলাইন ক্লাস, স্ক্রিন শেয়ার, সাউন্ড মিউট, ভিডিও অন, যুম ক্লাস, গুগোল ক্লাসরুম’ প্রভৃতি। বর্তমানে সবাই এ নতুন পরিবেশ এবং পরিস্থিতির সাথে প্রযুক্তির ব্যবহারে নিজেদের ভাষিক অভ্যাস রপ্ত করেছেন।

গণমাধ্যমের ভাষিক পরিবেশ (Environment of Media language)

সাধারণ মানুষের সাথে গণমাধ্যমের প্রধান যোগাযোগের হাতিয়ার হলো ভাষা। গণমাধ্যম সমাজে বসবাসকারী মানুষদের অভিজ্ঞতাগুলো সংগঠিত করে তাঁদের প্রতিটি আচরণ এবং ভাষাকে প্রভাবিত করে থাকে। গণমাধ্যম ইকোলজি হলো এমন একটি বিষয়, যা গণমাধ্যম দ্বারা গণমাধ্যম ব্যবহারকারী (user) এবং তাঁর সমাজকে প্রভাবিত করে। গণমাধ্যম ইকোলজি নিয়ে রচিত প্রতিটি প্রবন্ধে গণমাধ্যমের প্রসার, পরিচিতি এবং ব্যবহৃত মাধ্যমগুলোর প্রভাবে মানুষের জীবনাচরণ এবং তাঁদের ব্যবহৃত ভাষার বৈচিত্র্যের কথা বলা হয়েছে। নেইল পোস্টম্যানের মতে, পরিবেশ মানুষকে প্রভাবিত করে যে, তাঁর চিন্তা, সংজ্ঞাপন বা তাঁর করণীয় কাজগুলো এবং ভাষা ব্যবহার কেমন হবে। গণমাধ্যমের ভাষিক পরিবেশও (Environment of Media) আমাদেরকে সে অর্থে প্রভাবিত ও

নিয়ন্ত্রণ করে থাকে (Postman, 1998)। গণমাধ্যম পরিবেশের ক্ষেত্র যেমন বই, রেডিও, ফিল্ম এবং টেলিভিশন হিসাবে প্রযুক্তিগত বৈশিষ্ট্যগুলোর ভাষিক ক্রিয়ার উপস্থাপনার মাধ্যমেও মানুষ প্রভাবিত হয়ে থাকেন। পোস্টম্যান মার্চ, 1998 সালে তাঁর *Five Things We Need to Know About Technological Change* প্রবন্ধে বলেন যে, প্রযুক্তিগত পরিবর্তন বা বিবর্তন সংযোজক (additive) নয়, এটি পরিবেশগত (ecological)। তাঁর মতে, একটি নতন প্রযুক্তি পৃথিবীতে সাধারণত কেবল নতুন কোন ধারণাই যুক্ত করে না বরং এটি মানব সভ্যতার অনেক বড় কিছু পরিবর্তনেও প্রভাবিত করে থাকে। মুদ্রণশিল্পের উদ্ভব গণমাধ্যমের সেই যুগান্তকারী ধারণারও একটি উদাহরণ হতে পারে (Postman, 1998)। এই নতুন প্রযুক্তির উদ্ভাবনে সবচেয়ে বেশি প্রভাবিত হয় মানুষের জীবনাচরণ এবং তাঁর ব্যবহৃত ভাষা। অর্থাৎ মুদ্রণযন্ত্রের আবিষ্কারের ফলে মানুষের ভাষা ব্যবহারে নতুন মাত্রা যুক্ত হয়েছে। ভাষিক বিভিন্ন উপস্থাপনা, যথা- লিখনরীতির উন্নয়ন, শিক্ষার প্রসার, সৃষ্টিশীল ও সৃজনশীল কাজ- ছড়া, গল্প, উপন্যাস, প্রবন্ধ, গবেষণা প্রভৃতি মানুষের জীবনাচরণকে সমৃদ্ধ করেছে।

মার্শাল ম্যাকলুহান (1969), এর মতে গণমাধ্যম সমাজকে প্রভাবিত করে এবং পরিবর্তনের দিকে পরিচালিত করে। এমনকি মানুষের প্রতিদিনের জীবনাচরণকেও প্রভাবিত করে থাকে। তিনি মনে করেছেন, যে তিনটি বিষয়ের উদ্ভাবন, বর্ণমালা (phonetic alphabets), মুদ্রণযন্ত্র (printing press), টেলিগ্রাফ (telegraph) বিশ্বকে নতুন ভাবে নতুন পথে পরিচালিত করেছে। (Rogaway, 1994)। ম্যাকলুহান বলেছেন যে, গণমাধ্যমকে সমৃদ্ধ করতে সমাজের পরিবেশ ও সংস্কৃতকেও গভীরভাবে পর্যবেক্ষণ করা প্রয়োজন। গণমাধ্যমে প্রযুক্তি যথা- মুদ্রণ, চিত্রশিল্প, রেডিও, টেলিভিশন ক্রমবিকাশে মানুষের জীবনাচারে এর প্রভাব লক্ষ করা যায় (Postman, 2000)। গণমাধ্যম ইকোলজি সংজ্ঞাপন ও যোগাযোগ ক্রিয়া এবং প্রযুক্তির মিথস্ক্রিয়া ঘটায়। বর্ণমালা, মুদ্রিত শব্দ এবং টেলিভিশন চিত্রগুলির মতো তথ্য রূপগুলো (informations) বিভিন্ন বিষয়কে অনেক সহজে বোধগম্য করে তোলে। এই প্রতিটি মাধ্যমই ভাষা নির্ভর হয়ে থাকে (Postman, 2009)।

ম্যাকলুহান (1967)-এর মতে গণমাধ্যমের কার্যকর প্রয়োগ জানতে, প্রথমেই বুঝতে হবে একটি সমাজের সাংস্কৃতিক পরিবেশ। গণমাধ্যমের প্রতীকী পরিবেশের প্রভাবগুলো বোঝার জন্য, তিনি ইতিহাসকে চারটি সময়ের মধ্যে বিভক্ত করেছেন : উপজাতীয় যুগ (Tribal age), সাক্ষরতা যুগ (The Literacy age), মুদ্রণযুগ (The Print age) এবং বৈদ্যুতিক যুগ (Electronic age)। তাঁর মতে উপজাতীয় যুগে সবাই একত্রে যে কোনো তথ্য সরাসরি এবং গোষ্ঠীনির্ভর ও স্বতঃস্ফূর্ত ভাবে গ্রহণ করত। এরপর লিখন ব্যবস্থা আবিষ্কারের পর যেকোনো তথ্যই কেবল একবার নয় বারবার পড়তে পারারও সুবিধা হয়েছে। পরবর্তীকালে মুদ্রণ যন্ত্র আবিষ্কারে গণমাধ্যমের বার্তা বা তথ্য আরও বেশি করে সমাজে প্রভাব বিস্তার করতে সক্ষম হয়েছে। ম্যাকলুহান মনে করেন,

বৈদ্যুতিক যুগের আবির্ভাবে পৃথিবীর প্রায় সবার কাছেই তথ্য প্রযুক্তি সহজে, কম সময়ে এবং সহজ লভ্যতায় পৌঁছতে পারছে। তিনি এ যুগকে তথ্য প্রযুক্তির যুগ (Information age) বলে উল্লেখ করেছেন। ম্যাকলুহানের এ বিভাজন ধারণা দ্বারা প্রভাবিত হয়ে রবার্ট কে লোগান (2010) একে পাঁচটি ভাগে ভাগ করেছেন, যথা : অবাচনিক অনুকরণ সংক্রান্ত সংজ্ঞাপন (Age of nonverbal mimetic communication), মৌখিকতার যুগ (Age of orality), সাক্ষরতার যুগ (Age of literacy), বৈদ্যুতিক গণমাধ্যমের যুগ, (Age of electric mass media), ডিজিটাল ইন্টারেক্টিভ মিডিয়া বা 'নতুন গণমাধ্যম' (Age of digital interactive media, or 'new media')। সমাজ সংস্কৃতির এ ধারা বিচার করলে আমাদের দেশের প্রেক্ষাপটে দেখা যায় যে পূর্বে জারি, সারি, ভাটিয়ালি, বাউল প্রভৃতি গান খুবই সাধারণ বিনোদন হিসেবে সমাদৃত ছিল। যাতে গ্রাম বাংলার অঞ্চল ভিত্তিক শব্দ এবং বাক্যক্রম নিয়ে গানগুলো পরিবেশিত হতো। এক্ষেত্রে বাক্য গঠন হতো সরল এবং সাবলীল। এছাড়াও কবি গানের লড়াই বলে একটি পরিবেশনা ছিল যা তৎক্ষণাৎ উপস্থিতিতে দুইজন কবি তাঁদের রচনা জনসমক্ষে উপস্থাপন করতেন। অর্থাৎ ভাষিক উপস্থাপনার মাধ্যমে সেই অঞ্চলের পরিবেশ, সমাজ ও জীবনধারা স্থান পেত।

টম ভ্যাল ক্যানিস (2011) এর মতে, গণমাধ্যম প্রযুক্তিকে মাধ্যম (medium) হিসেবে ব্যবহার করে সংস্কৃতিকে প্রভাবিত করেছে। বর্তমানে সারা পৃথিবীতে কম্পিউটার এবং স্মার্ট ফোনের কল্যাণে গড়ে উঠেছে, অংশগ্রহণমূলক সংস্কৃতি (participatory culture)। যার ফলে সাধারণ মানুষের কাছে নতুন নতুন বিষয় সম্পর্কে ধারণা আরও সুস্পষ্ট ভাবে গড়ে উঠেছে এবং অনলাইনে (online) ব্যক্তিগত ভাবে অংশগ্রহণের মাত্রা বেড়েছে। এক্ষেত্রে মানুষের ভাষাবোধ যেমন সমৃদ্ধ হয়েছে তেমনি তাঁদের ভাষাপ্রয়োগও হয়েছে বৈচিত্র্যময়।

মাধ্যম (Medium) প্রভাবিত ভাষাবোধের ধারণা

গণমাধ্যম ইকোলজিতে "The medium is the message" ধারণাটি ম্যাকলুহানের সব থেকে বিখ্যাত ধারণা। তিনি বলেছেন, গণমাধ্যমের বিষয়বস্তু এবং এর ভাষিক ধারণা তৈরি হয় মাধ্যমের উপর। তাঁর মতে গণমাধ্যমের মাধ্যম-বিন্যাস মানুষ এবং সমাজকে প্রভাবিত করে থাকে (ম্যাকলুহানের, 1964)। ম্যাকলুহান ঐতিহ্যবাহী গণমাধ্যম (traditional media)-কে মানব দেহের একটি সম্প্রসারিত অংশ (extention) এবং নতুন গণমাধ্যমকে মানব স্নায়ুতন্ত্র (human nervous system) বলে উল্লেখ করেছেন। গণমাধ্যমে নতুন নতুন প্রযুক্তির ব্যবহার সমাজে মানুষের চিন্তা চেতনার উপলব্ধির বিষয়গুলোকে প্রভাবিত করে। মানুষের ব্যবহৃত ভাষাকে নিয়ন্ত্রণ করে। অর্থাৎ যোগাযোগের যে কোনো নতুন রূপ এমন একটি শক্তি নিয়ে আসে যা

সামাজিক রূপান্তর ঘটায় (Chen; Guilan, 2009)। বিভিন্ন ধরনের গণমাধ্যম, তাদের ব্যবহৃত ভাষা ও তার অর্থ এবং প্রভাব কী হবে তা নির্ভর করে সমাজের মানুষের মাধ্যমটি ব্যবহারের ভিত্তিতে। আধিপত্যবাদী মাধ্যমকে ঘিরে সমাজের মানুষ নির্দিষ্ট গণমাধ্যমের প্রতি আকৃষ্ট হয়ে ওঠে (Strate, 2011)। গণমাধ্যম ইকোলজির ক্ষেত্রে ‘laws of media’-কে খুবই গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয় বলে আখ্যায়িত করেছেন ম্যাকলুহান। মার্শাল ম্যাকলুহানের পুত্র এরিক ম্যাকলুহান তাঁর পিতার এ ধারণাটিকে পরবর্তীকালে আরও বিস্তৃত ভাবে তুলে ধরেছেন। তাঁর মতে, প্রযুক্তি সমাজকে বিভিন্ন ভাবে প্রভাবিত করছে। এর ফলে গণমাধ্যমের সুযোগ রয়েছে প্রযুক্তির মাধ্যমে সমাজের মানুষের প্রতি দায়িত্ব পালনের আবার দেখা যাচ্ছে যে, মানুষের প্রয়োজনে প্রযুক্তির বিকাশ ঘটছে (McLuhan and McLuhan, 1988)। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, একসময় রেডিও বা সাধারণ দূরালোচন (long distant phone) অর্থাৎ ফোন-এর প্রচুর চাহিদা থাকলেও টেলিভিশন এবং স্মার্ট ফোনের আবিষ্কারের ফলে আগের মাধ্যমগুলোর গুরুত্ব সবার কাছে অনেক কমে গেছে। অথবা বলা যেতে পারে, আগে চলচ্চিত্র প্রেক্ষাগৃহ বা সিনেমা হলে (cinema hall) চলচ্চিত্র বা সিনেমা (cinema) দেখতে যাওয়া একটা বড় বিষয় ছিল কারণ শুধু চলচ্চিত্র প্রেক্ষাগৃহ বা সিনেমা হলেই চলচ্চিত্র বা সিনেমা দেখতে পাওয়া যেত। ইন্টারনেট এর সহজলভ্যতায় এখন ঘরে ঘরে ব্যক্তিগত ভাবে নিজের পছন্দসই চলচ্চিত্র বা সিনেমা দেখা সম্ভব। কেউ যদি এখন চলচ্চিত্র বা সিনেমা দেখতেও যান সেই দেখার প্রক্রিয়াতেও রয়েছে বৈচিত্র্য যথা- ড্রি ডি, ফোর ডি চলচ্চিত্র প্রভৃতি (3D, 4D Movie)। সমাজে আগে যেসব ভাষা কেবল বইয়ে স্থান পেত বা পরবর্তীকালে ইলেকট্রনিক মিডিয়ার কল্যাণে মানুষের ঘরে ঘরে ছড়িয়ে পড়ছে খুব সহজেই। এর ফলে মানুষের মধ্যে ভাষা ব্যবহারের দৃষ্টিভঙ্গিও পরিবর্তিত হয়েছে। পূর্বে বেতার, টেলিভিশনে শ্রোতাদের উদ্দেশ্যে যেভাবে সংবাদ বা অন্যান্য অনুষ্ঠান পরিবেশিত হতো বর্তমানের পরিবেশনা হতে ভিন্ন। ভাষিক উপাদান হিসেবে কোড সুইচিং, কোড মিক্সিং, বিদেশি বিশেষ করে ইংরেজি শব্দের ব্যবহার অতিমাত্রায় লক্ষ করা যায়। অনুষ্ঠানের নামে যেমন পরিবর্তন এসেছে, যথা- আগে বাংলা বিনোদনমূলক অনুষ্ঠানের নাম হতো ছায়াছন্দ, মনের মুকুরে, আনন্দমেলা, এসো গান শিখি প্রভৃতি। বর্তমান নামকরণে দেখা যায়, সিনে হিটস, আজকের রেসিপি, বিজেদের ইজি শো প্রভৃতি শব্দের ব্যবহার। প্রচলিত বাংলা শব্দ ব্যবহার না করে ইংরেজি শব্দের ব্যবহার করা হয়ে থাকে, ‘প্রসঙ্গত’ এর পরিবর্তে ‘বাই দ্যা ওয়ে’, যাই হোক এর পরিবর্তে ‘এনি ওয়ে’ প্রভৃতি। অবাচনিক ভাষিক উপাদান উপস্থাপনায়ও পাশ্চাত্য সংস্কৃতির আধিপত্য দেখতে পাওয়া যায়, যথা- পূর্বে বুড়ো আঙুল দেখানোকে আমাদের সমাজে বেয়াদবি হিসেবে দেখা হতো। বর্তমানে তা good job, well done ধারণা প্রকাশ করে। শুধু গণমাধ্যমের ভাষা ব্যবহারেই ভাষার এ জাতীয় প্রয়োগ

সীমাবদ্ধ নয়। বর্তমানে আমাদের সমাজে সাধারণভাবে ব্যবহৃত ভাষাতেও এই জাতীয় ভাষিক উপাদানসমূহের দৃষ্টান্ত চোখে পড়ে। অর্থাৎ সমাজের মানুষের ভাষাবোধের ধারণাতেও পরিবর্তন এসেছে।

গণমাধ্যম ইকোলজি ও রূপক (Metaphor) প্রভাবিত ভাষিক ধারণা

গণমাধ্যম ইকোলজির মূল উপাদানগুলি (content) মূলত মার্শাল ম্যাকলুহান দ্বারা চিহ্নিত। এর মধ্যে রূপককে (metaphor) তিনি একটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ উপাদান বলে আখ্যায়িত করেন। পরবর্তীকালে এসব ধারণা নেইল পোস্টম্যান দ্বারা রূপান্তরিত এবং আনুষ্ঠানিক ভাবে প্রবর্তিত হয়েছিল। গণমাধ্যম ইকোলজির মূল দর্শন হলো, আমরা একে অপরের সাথে যে প্রক্রিয়াতে যোগাযোগ স্থাপন করি তা সমাজ দ্বারা প্রভাবিত। গণমাধ্যমের বিভিন্ন উপাদান মানব সমাজ এবং জীবনকে প্রভাবিত করে থাকে (লেভিনসন, 2000)। এ সম্পূর্ণ সংজ্ঞাপনিক প্রক্রিয়াটিই মূলত ভাষাকেন্দ্রিক। গণমাধ্যম ইকোলজি নিয়ে কাজ করতে গিয়ে গবেষকগণ মনে করেছেন যে, ভাষায় রূপকের ব্যবহার কেবল মাত্র ভাষাকে শ্রুতিমধুর বা অলংকারময় করে তোলে না বরং রূপক হলো সংজ্ঞাপন যোগাযোগ এবং সমাজ সংস্কৃতির একটি জ্ঞান ভিত্তিক যন্ত্র (cognitive device) (Lakoff & Johnson, 1980)। ভাষায় রূপকের ব্যবহার আমাদেরকে পারিপার্শ্বিক পরিবেশ সম্পর্কে ধারণা দেয় এবং আমাদের ব্যবহৃত প্রযুক্তিগুলোর সম্পর্কে মৌলিক ধারণা তৈরি করে। রূপক আমাদের দৈনন্দিন সংজ্ঞাপন ক্রিয়ার পাশাপাশি ভাষিক পরিবেশের একটি বৈজ্ঞানিক পরম্পরাকেও (scientific discourse) প্রকাশ করে থাকে। বহু তত্ত্ব বা জটিল তাত্ত্বিক কাঠামো (paradigms or complex theoretical model) রূপককে কেন্দ্র করে বা রূপকের সাহায্যে উপস্থাপিত হয়ে থাকে (Scolari, 2012)। নতুন গবেষণা ক্ষেত্র গঠনে ভাষায় ব্যবহৃত রূপক খুবই কার্যকর একটি উপাদান। রূপকের মাধ্যমে নতুন ধারাটির নতুন কাঠামো, শব্দভাণ্ডার আরও বেশি সমৃদ্ধ এবং বোধগম্য হয়ে ওঠে। অনেক সময় সাধারণ জনগণের (mass people) কাছে নতুন তথ্য অনেক সহজেই পৌঁছানো যায়। যেমন: 1980 সালে ‘ব্যাকটেরিয়া’ (‘bacteria’) শব্দটিকে সামরিক, অর্থনৈতিক (economical), সামাজিক (social) সকল স্তরে ‘অদৃশ্য শত্রু’ (invisible enemies) হিসেবে নির্দেশ করা হতো। পরবর্তীকালে মানুষের কাছে রূপক ব্যবহার করে দেখা গেল, আলবার্ট আইনস্টাইনের আপেক্ষিকতাবাদ তত্ত্বটি (theory of relativity) অনেক সহজেই বোঝানো সম্ভব হচ্ছে। রূপক ব্যবহার করে বলা হয়েছিল যে, “Sit with a pretty woman for an hour, and it’ll seem like a minute. But sit on a hot stove for a minute, and it’ll seem like an hour.” (Scolari, 2012; p 206)। অর্থাৎ যেকোনো কঠিন তথ্য বা বিষয়কে ভাষায় রূপক ব্যবহার করে সহজেই

সাধারণ মানুষের কাছে উপস্থাপন করা যায় এবং রূপকের সাহায্যে যে কোনো বিষয়ই সহজ এবং বোধগম্য হয়ে ওঠে।

গণমাধ্যমে ভাষার গতিশীলতা এবং পরিমিতি (Mobility and modality) ধারণা

বর্তমান গণমাধ্যমের জাগরণের সময়ে অর্থাৎ ইন্টারনেট, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এবং নতুন অগ্রিম প্রযুক্তির (new advanced technology) যুগে প্রাসঙ্গিক গণমাধ্যম ইকোলজি ধারণাতেও নতুন নতুন বিষয় যুক্ত হয়েছে। সংজ্ঞাপনের হাতিয়ার হিসেবে ভাষা ব্যবহারে সামাজিক পরিবেশের ক্ষেত্রে, গণমাধ্যম যেমন ব্যবহারকারীকে প্রভাবিত করে তেমনি সমাজের মানুষের চিন্তা, ধ্যান-ধারণাকেও অনেকভাবে প্ররোচিত করে থাকে। গণমাধ্যমের একটি নির্দিষ্ট মাধ্যম (specific medium) এবং তার বস্তুগত (materialities) ধারণাসহ সব কিছুর স্বতন্ত্রতা থাকবে। প্রত্যেকটি মাধ্যমের প্রযুক্তি এবং কৌশল (technology and technique), গণমাধ্যম এবং মোড (media and modes), এবং বার্তা এবং মোড (messages and moods) এ নিজস্বতা থাকবে। দ্বিতীয় বিষয়ে বলা হয়েছে, মাধ্যম কেবল মাত্র প্রযুক্তি বা কৌশল (technology or technique)-কেই ইঙ্গিত করেন না বরং বিষয়বস্তু (subject), অনুশীলন বা ব্যবহার (practices) এবং স্থান (places)-কেও নির্দেশ করে (Hildebrand, 2017)। অর্থাৎ সংজ্ঞাপন হিসেবে এইসব মাধ্যে যে জাতীয় ভাষিক উপাদানের ব্যবহার করা হয় তা মাধ্যম ভিত্তিতে ভিন্ন হয়ে থাকে। বেতার এবং টেলিভিশনে উপস্থাপিত ভাষা প্রয়োগ এক নয়। তেমনি ব্যক্তিগত এবং কর্মক্ষেত্রে প্রেরিত মেইল বা পত্রের ভাষা কাঠামো ভিন্ন হবে।

বৈশ্বিক গ্রাম বা গ্লোবাল ভিলেজের (Global village) ধারণা

ভাষা যোগাযোগের বাহন। গণমাধ্যমের ভাষা সারা পৃথিবীতে সমাজ, সংস্কৃতি প্রভাবিত। সমাজ, সংস্কৃতি, ব্যক্তির চিন্তা-চেতনা ভাষা দ্বারাই নিয়ন্ত্রিত হয়ে থাকে। গণমাধ্যমের প্রচার ও প্রসারের ফলে এক পরিবেশের মানুষ আরেক অপরিচিত পরিবেশ সম্পর্কেও সহজেই ধারণা পেয়ে যান। মার্শাল ম্যাকলুহানের মতে গণমাধ্যমের প্রভাবে মানুষকে আর বিচ্ছিন্নভাবে থাকতে হবেনা বরং ইলেকট্রনিক মিডিয়ার কল্যাণে একে অপরের সাথে সর্বদা অবিচ্ছিন্ন বা যুক্ত থাকতে সমর্থ হবেন। ম্যাকলুহান তাঁর বই *The Gutenberg Galaxy* গ্রন্থে, একটি বৈশ্বিক গ্রামের (Global village) ধারণা তুলে ধরেছেন। গণমাধ্যমের ব্যাপকতার ফলে খুব সহজেই পৃথিবীর এক প্রান্ত থেকে অন্য প্রান্তে সংযোগ স্থাপন সম্ভব যা ভাষার সংজ্ঞাপনিক ক্ষমতার কারণেই সম্ভবপন্ন হয়েছে। প্রযুক্তি বিশেষত আজকের যুগে ইলেকট্রনিক মিডিয়া বিশ্বকে সামাজিক, অর্থনৈতিক,

রাজনৈতিক এবং সাংস্কৃতিকভাবে সংযুক্ত করেছে। বিশ্বের এক অংশে যা ঘটছে তার তথ্য এবং প্রভাব অন্যান্য দেশে ছড়িয়ে পরছে খুব সহজেই (Tremblay, 2012)।

বর্তমানে ইন্টারনেট সুবিধা গ্রহণের ফলে সারা বিশ্বে শুধু গণমাধ্যমই নয় সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোও মানুষের ব্যক্তিগত জীবনচরণে প্রভাব বিস্তার করেছে। ম্যাকলুহান যখন বৈশ্বিক গ্রাম (Global village) নিয়ে ধারণা দেন, সে সময় টেলিভিশন ও দূরবর্তী দূরালোপন (Long distance phone call) সম্পর্কে মানুষ পরিচিত ছিল। ম্যাকলুহানের এ ধারণা বর্তমান সময়ের গণমাধ্যম ইকোলজির জন্যে অনেক বেশি বাস্তবসম্মত। কারণ এখনকার সমাজে ইন্টারনেট, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এবং অন্যান্য পুরনো এবং নতুন নতুন (old & new) গণমাধ্যমের উপস্থিতি, পৃথিবীতে সকল ধরনের তথ্য এবং ভাষিক সংজ্ঞাপনিক যোগাযোগকে মানুষের আরও নিকটবর্তী করে তুলেছে। বৈশ্বিক গ্রাম ধারণাটি সমাজের মধ্যে বিশ্বায়ন বিশ্বায়নের ধারণাটিকে তৈরি করতে সহায়তা করে। এ ক্ষেত্রে ভাষা ব্যবহারে প্রযুক্তি এবং মানুষের সৃজনশীলতাও প্রভাব বিস্তার করে (Logan, 2010)। পোস্টম্যান এর মতে, যোগাযোগের মাধ্যম আমাদের বিশ্বের প্রতি দৃষ্টিভঙ্গি (“world view”) সম্পর্কে ধারণাকে প্রভাবিত করে (Postman, 1985; p 10)।

হট মিডিয়া এবং কোল্ড মিডিয়ার (Hot and cold media) ভাষিক ধারণা

ভাষার সংজ্ঞাপনিক ক্রিয়া অর্থাৎ তথ্য আদান প্রদানের ক্ষেত্রে মানবদেহের সংবেদনশীল অঙ্গের গুরুত্ব সর্বাধিক। দর্শন, শ্রবণ, লিখন এবং পঠন এ চারটি বিষয় গণমাধ্যমে উপস্থাপিত তথ্য বা বার্তাকে মানুষের কাছে বোধগম্য করে তোলে। গণমাধ্যমে উপস্থাপিত ভাষার পাঠোদ্ধারে ম্যাকলুহান গরম এবং ঠাণ্ডা মিডিয়া (Hot and cold media) নামে একটি ধারণা তৈরি করেছিলেন। তিনি হট এবং কোল্ড মিডিয়ার পার্থক্য নির্ধারণ করতে গিয়ে মানবইন্দ্রিয় চোখ এবং কান (eye and ear)-কে গুরুত্ব দিয়েছেন (Harold, 1978)। হট মিডিয়া হলো হাই-ডেফিনেশন যোগাযোগ (high-definition communication) যা শ্রোতা বা দর্শকদের (audience) সম্পৃক্ত করে এবং যেকোনো একটি সংবেদনশীল অঙ্গ (only one sensory organ) কে প্রভাবিত করে। রেডিও, গ্রন্থ এবং বক্তৃতা হট মিডিয়ার অন্তর্গত। কোল্ড মিডিয়া এর ক্ষেত্রে, শ্রোতা এবং দর্শকদের একাধিক সংবেদনশীল অঙ্গের উপর প্রভাব পড়ে। উদাহরণ হিসেবে টেলিভিশন, সেমিনার এবং কার্টুন প্রভৃতি এর নাম উল্লেখ করা যায় (McLuhan, 1994)।

ম্যাকলুহানের গণমাধ্যম ইকোলজির আলোকে হট মিডিয়া এবং কোল্ড মিডিয়ার ধারণা দেখানো যেতে পারে :

সারণি ১: গণমাধ্যম ইকোলজির আলোকে গণমাধ্যমে হট মিডিয়া এবং কোল্ড মিডিয়ার ধারণা

গণমাধ্যম (Media)	মাধ্যম (Media)	সংবেদনশীল ইন্দ্রিয় (sensory organ)	হট/ কোল্ড মিডিয়া (Hot / cold media)
মুদ্রিত মাধ্যম (Print media)	সংবাদপত্র (Newspaper)	চোখ (Eye) একটি সংবেদনশীল ইন্দ্রিয়ের ব্যবহার	হট মিডিয়া
	সাময়িকী (magazines)		
	ব্রোশিওর (brochures)		
	খবর (news)		
	প্যাম্পলেট (pamphlet)		
	নিউজলেটার (newsletter)		
	লিফলেট (leaflet)		
	বই (book)		
	প্রকাশনা (publication)		
	স্থিরচিত্র (photography)		
বৈদ্যুতিক মাধ্যম (Electronic media)	টেলিভিশন (television)	চোখ, কান (Eye, ear) একাধিক সংবেদনশীল ইন্দ্রিয়ের ব্যবহার	কোল্ড মিডিয়া
	চলচ্চিত্র (cinema)		
	রেডিও বা বেতার (Radio)		
	সিডি (CD)		
	ডিভিডি (DVD)		
নতুন যুগের গণমাধ্যম (New age media)	স্মার্টফোন (smart phone)	চোখ, কান, কণ্ঠ (Eye, ear, voice) একাধিক সংবেদনশীল ইন্দ্রিয়ের ব্যবহার	
	কম্পিউটার (computer)		
	ইন্টারনেট (internet)		
অন্যান্য গণমাধ্যম (প্রিন্ট) (Other media)	বিলবোর্ড (billboard)	চোখ (Eye) একটি সংবেদনশীল ইন্দ্রিয়ের ব্যবহার	হট মিডিয়া
	সাইন (sign)		
	প্লাক্যাড (placard)		
অন্যান্য গণমাধ্যম (ইলেকট্রনিক) (other media)	বৈদ্যুতিক বিলবোর্ড (electronic billboard)	চোখ, কান, কণ্ঠ (Eye, ear, voice) একাধিক সংবেদনশীল ইন্দ্রিয়ের ব্যবহার	কোল্ড মিডিয়া
	জনসভা (public meeting)		
	সরাসরি অনুষ্ঠান (live program)		
সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম (Social media)	ফেসবুক (facebook)	চোখ, কান, কণ্ঠ (Eye, ear, voice) একাধিক সংবেদনশীল ইন্দ্রিয়ের ব্যবহার	কোল্ড মিডিয়া
	ব্লগিং (Blogging)		
	ভ্লগিং (vlogging)		
	সরাসরি সম্প্রচার (live)		

সামাজিক প্রভাব (Social impact)

গণমাধ্যমের প্রযুক্তির ব্যবহার মানুষের জীবনযাপন কাঠামো এবং প্রণালিতে দৃশ্যমান প্রভাব বিস্তার করেছে। তাঁদের ভাষাবোধে যুক্ত হয়েছে অনেক নতুন ধরনের ভাষিক কৌশল। ছোট শিশুদেরকে তাঁদের বিদ্যালয়ের সুবিধার্থে ইন্টারনেট ব্যবহারে উদ্বুদ্ধ করা হয়। এছাড়াও অনলাইন কোর্স শিক্ষার্থীদের কাছে খুবই পরিচিত একটি বিষয়, পাশাপাশি যেকোনো ধরনের তথ্য, গ্রন্থ সরাসরি, সহজেই ডাউনলোড করে নেয়া যায়। তবে ইন্টারনেটের সবচেয়ে উপযোগী সরঞ্জাম বা টুল (effective tools) হলো সংজ্ঞাপন বা যোগাযোগ সরঞ্জাম বা টুল (communication tools), উদাহরণস্বরূপ বলা যায়- ই-মেইল, স্কাইপ, যুম, ফেসবুক প্রভৃতি (e-mail, Skype, Zoom, Facebook etc) যা মানুষকে একে অপরের আরও কাছে নিয়ে আসে এবং গড়ে ওঠে বিভিন্ন অনলাইন সম্প্রদায় (online communities), (Popkin, 2004)। এর ফলে একেকটি সংস্কৃতির ভাষায় দেখা যায় প্রভাবশালী সংস্কৃতির ভাষার নিয়ন্ত্রণ। শব্দভাণ্ডারে যুক্ত হয় নতুন শব্দ। বাক্য গঠন কৌশল, অবাচনিক ভাষিক উপস্থাপনাতেও এর প্রভাব লক্ষ করা যায়।

বিশ্বায়নের যুগে বর্তমান পৃথিবীর বিশাল ভোক্তা প্রভাবিত সমাজে (consumer-driven society), মুদ্রণ বা প্রিন্ট মাধ্যম (প্রধানত সংবাদপত্র) এবং বৈদ্যুতিক বা ইলেকট্রনিক মাধ্যম (প্রধানত টেলিভিশন) — বিজ্ঞাপন শিল্পের (advertisement media) প্রসারে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। বড় এবং ছোট প্রচুর ব্যক্তিগত এবং প্রতিষ্ঠানগত অনলাইন ব্যবসা গড়ে উঠছে ইন্টারনেটকে কেন্দ্র করে। এর কল্যাণে ঘরে বসেই ভোক্তা (consumer) বিভিন্ন মালামাল এবং সেবা (goods and services) অর্ডার (order) দিলে তা ঘর অন্দি পৌঁছে যাচ্ছে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, এক প্রজন্মের শব্দভাণ্ডার ও ভাষা ব্যবহার কৌশল পরবর্তী প্রজন্ম থেকে পৃথক। নতুন নতুন প্রযুক্তির উদ্ভাবনে মাধ্যমকেন্দ্রিক ভাষা চয়ন ও প্রয়োগ লক্ষ্য করা যায়। যেমন, ইন্টারনেট মাধ্যমটির বহুল ব্যবহারের কল্যাণে বর্তমানে প্রত্যন্ত অঞ্চলেও বিদেশি ভাষার বাচনিক, অবাচনিক প্রয়োগ দেখতে পাওয়া যায়। গ্রামের যেকোনো ক্রীড়া অনুষ্ঠানে জয়ের পরে খেলোয়াড় এবং সমর্থকগণ হাতের দুই আঙুল উঁচিয়ে ভি চিহ্ন দ্বারা জয়ী হয়েছেন এ ধারণা প্রকাশ করেন, যা পাশ্চাত্য সংস্কৃতির প্রভাব। এছাড়াও পৃথিবীর যে কোনো প্রান্তের খবরাখবর খুব সহজেই জানা যায়, অন্য সংস্কৃতি সম্পর্কে পরিচিত হওয়া যায়, অন্য সমাজ কাঠামো (social structure) ও সেই সংস্কৃতির ভাষাবোধ সম্পর্কে ধারণা পাওয়া যায়।

বর্তমান পৃথিবীতে সাধারণ যেকোনো মানুষের জন্যে তার ধারণা এবং বিশ্বাস, নিজের আকাঙ্ক্ষা, চাহিদা, জীবনাচরণ প্রতিবাদ প্রকাশের একটি প্ল্যাটফর্ম তৈরি করে

দিয়েছে গণমাধ্যম যা মূলত সংঘটিত হয়েছে ভাষাকে আশ্রয় করেই। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এক্ষেত্রে অগ্রণী ভূমিকা রাখছে। উদাহরণ হিসেবে বলা যেতে পারে, টুইটার, ইউটিউব, ফ্লিকার, ফেসবুক এবং উন্মুক্ত প্রকাশনা ওয়েবসাইট এর অ্যাপ্লিকেশনগুলোর কথা।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম দ্বারা বেশ কয়েকটি প্রতিবাদ বা আন্দোলন পৃথিবীর বিভিন্ন প্রান্তের মানুষকে প্রভাবিত করেছে। এ ধরনের প্রতিবাদগুলো কোনো একটি নির্দিষ্ট ইস্যু নিয়ে সংগঠিত হয়। প্রতিবাদ চলাকালীন ছবি, ভিডিও, র্যালি, আন্দোলনকারীর বক্তব্য, উক্তি প্রভৃতি ইন্টারনেট এবং অন্যান্য গণমাধ্যমে ছড়িয়ে পরলে সাধারণ মানুষও এসব আন্দোলনে একাত্মতা এবং সহমর্মিতা প্রকাশ করে থাকেন। এক্ষেত্রে হ্যাসট্যাগ # (hashtag) ব্যবহার করে, যে ইস্যুর ওপর প্রতিবাদ বা আন্দোলন সে বিষয়ে দৃষ্টি আকর্ষণ করানোর চেষ্টা করা হয়। এ ধরনের ইস্যু যখন খুব বেশি পরিমাণ মানুষের কাছে ছড়িয়ে যায় এবং সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে তারা অংশগ্রহণ করেন, তখন সে বিষয়টিকে ভাইরাল (viral) বলে চিহ্নিত করা হয় (Poell, 2014)। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, বর্তমানে পৃথিবীর প্রায় সব ধরনের সমাজের মানুষের কাছে #ব্লাকলাইফম্যাটার (#blacklivesmatter) একটি অতি পরিচিত ইস্যু।

উপসংহার

গণমাধ্যম ইকোলজি কেবল একটি নির্দিষ্ট সমাজকেই নয় বরং পৃথিবীর প্রায় সকল জ্ঞানশাখাকে প্রযুক্তির মাধ্যমে প্রভাবিত করছে; সব থেকে বেশি প্রভাবিত হয়েছে মানুষের ভাষাবোধ, ভাষিক ধারণা এবং ভাষা ব্যবহার। গণমাধ্যমে নতুন প্রযুক্তির আবিষ্কার সাধারণের কাছে বিনোদনসহ সব ধরনের তথ্যের ভাণ্ডার রূপে আবির্ভূত হয়েছে। শুধু তাই নয়, মানবিক কোনো প্রয়োজনে বা প্রতিবাদের ভাষার মাধ্যম হিসেবেও বর্তমান সময়ে গণমাধ্যমের ভাষা ভূমিকা রাখছে। গণমাধ্যমের নতুন প্রযুক্তির সাথে মানুষের ভাষা, জীবন প্রক্রিয়া, অভিযোজন এবং মিথস্ক্রিয়া সামাজিক পরিবেশের ওপর প্রভাব বিস্তার করছে। মুদগযন্ত্র থেকে শুরু করে বর্তমানে ইন্টারনেট আবিষ্কারের প্রতিটি ধাপে মানুষের জীবনচরণ ও ভাষা ইতিবাচক বা নেতিবাচক দুই ভাবেই প্রভাবিত হয়েছে। জ্ঞানার্জনের ক্ষেত্র যেমন বেড়েছে তেমনি অনেক ঐতিহ্যগত বিষয় পৃথিবী থেকে বিলুপ্তির পথে। বর্তমান শিশু বা তরুণেরা ইন্টারনেট এর প্রভাবে ভিডিও গেমের প্রতি যতোটা আকৃষ্ট ততোটাই দেশীয় বিভিন্ন ক্রীড়া, যথা- কাবাডি, হাড্ডু, লাঠি খেলা প্রভৃতি বিষয়ে অজ্ঞ। সমাজের সকল ক্ষেত্রেই একজন মানুষের ব্যক্তিগত ভাষিক উপস্থাপনার পরিসরে, যথা- গৃহস্থলী, খাদ্য, গৃহসজ্জা, পোশাক পরিধানরীতি, কথাবলার ভঙ্গি থেকে শুরু করে ব্যবসা, সংস্কৃতি, রাজনীতি সম্পর্কিত ধারণার ওপর গণমাধ্যম ইকোলজির প্রভাব লক্ষ করা যায়। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, ব্যক্তিগত সম্বোধন রীতি থেকে শুরু করে আনুষ্ঠানিক আমন্ত্রণপত্রের ভাষা (ইংরেজি প্রভাবিত),

বিনোদনমূলক অনুষ্ঠানের নাম (কোড সুইচিং, কোড মিস্ট্রিং এর প্রভাব) প্রভৃতি বিষয়ে গণমাধ্যম ইকোলজি প্রভাবিত ভাষার প্রভাব লক্ষ করা যায়।

সহায়ক গ্রন্থ

- সিকদার, সৌরভ (২০০২)। ভাষাবিজ্ঞানের ভূমিকা ও বাংলা ভাষা। অনন্যা প্রকাশনী, ঢাকা।
- সিকদার, সৌরভ (২০১৯)। একুশের চেতনা এবং আমাদের বাংলা ভাষা, BdNews24.com।
- হুমায়ুন, রাজীব (১৯৯৩)। সমাজ ভাষাবিজ্ঞান। বাংলাদেশ ভাষাতত্ত্বচর্চা পরিষদ, ঢাকা।
- Carlos, A. Scolari. (2012). Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. Department of Communication, UNICA, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, Spain.
- Chen, Xianhong; Guilan Ding (November 2009). "SPECIAL COMMENTARY New media as relations". Chinese Journal of Communication. 2(3): 367-369
- Harold, Innis. (1978) The Philosophical Historian. An Exchange of Ideas Between Prof. Marshall McLuhan and Prof. Eric A. Havelock," recorded at Innis College, Toronto.
- Hildebrand, Julia M. (2017).. "Modal media: connecting media ecology and mobilities research". Media, Culture & Society, 40(3): 348-364.
- James, W. Carey (1989). Communication as Culture: Essays on Media and Society
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). Metaphors we live by. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Levinson, Paul (2000). "McLuhan and Media Ecology" (PDF). Proceedings of the Media Ecology Association. 1: 17-22.
- Lister, Martin; Dovey, Jon; Giddings, Seth; Kieran, Iain and Grant, Iain. (2003) New Media: A Critical Introduction (PDF) (2nd ed.).
- Logan, Robert K. (2010). Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan. New York: Peter Lang Publishing. pp. 28-31.
- Manohar, Uttara. (Nov14, 2011) "Different Types of Mass Media" Buzzle.com.
- Manohar, Uttara. (Nov14, 2011) "Different Types of Mass Media" Buzzle.com.
- McLuhan, Marshall, (1911-1980). The medium is the message: an inventory of effects. Fiore, Quentin. Berkeley, CA.
- McLuhan, Marshall (1964). Understanding media. New York: Mentor.
- McLuhan, Marshall; Eric McLuhan (1988). Laws of media: The new science. Toronto: University of Toronto Press. pp. 98-99.
- McLuhan, Marshall; Fiore Q.; Agee J. (1967). The Medium is the Message: An Inventory of Effects. San Francisco: HardWired.
- McLuhan, Marshall; Lewis H. Lapham (1994). Understanding media: The Extension of Man. Massachusetts: The MIT Press.

- Otis, L. (1999). *Membranes. Metaphors of invasion in nineteenth-century literature, science and politics.* Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Poell, Thomas (2014). "Social media and the transformation of activist communication: exploring the social media ecology of the 2010 Toronto G20 protests" (PDF). *Information, Communication & Society.*
- Popkin, Dewald (2004). *Journalism, Newspaper and newsheets. Europe 1450-1789: Encyclopedia of the Early Modern World.*
- Postman, Neil. (2000, June). *The humanism of media ecology.* In *Proceedings of the Media Ecology Association, 1(1): 10-16.*
- Postman, Neil. (2009) "What is Media Ecology." *Media Ecology Association.*
- Rogaway, P. (1994). *Marshall McLuhan interview from Playboy, 1969. ECS 188: Ethics in the Age of Technology, University of California, Davis.*
- Soukup, Paul A. (2017). "A shifting media ecology: What the age of Luther can teach us". *Media Development. 64(2): 5-10.*
- Stephens, Niall (2014). "Toward a More Substantive Media Ecology: Postman's Metaphor Versus Posthuman Futures". *International Journal of Communication. 8: 2027-2045.*
- Strate, Lance. (2008) "Studying Media as Media: McLuhan and the Media Ecology Approach." *Media Tropes eJournal. 1: 1-16.*
- Tremblay, Gaetan (2012). "From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the Global Village to the World Empire". *Canadian Journal of Communication.*
- Valcanis, Tom. (2011). *Valcanis, Tom. (2011). An iPhone in Every Hand: Media Ecology, Communication Structures, and the Global Village.*
- West, Richard; Lynn H. Turner (2010). "25". *Introducing Communication Theory: Analysis and Application (4ed.). New York: Mc Graw Hill. pp. 428-430.*

